



**UNIVERSIDADE VALE DO RIO VERDE**  
**Recredenciamento e-MEC 200901929**

**VIRGÍNIA DE MARTINS CARBONIÉRI**

**O ESTILO EM TEXTOS DE PÁGINAS INSTITUCIONAIS DE  
TEMÁTICA EDUCACIONAL NO *FACEBOOK***

**Três Corações**  
**2014**

**VIRGÍNIA DE MARTINS CARBONIÉRI**

**O ESTILO EM TEXTOS DE PÁGINAS INSTITUCIONAIS DE  
TEMÁTICA EDUCACIONAL NO *FACEBOOK***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Letras – Linguagem, Cultura e Discurso – da Universidade Vale do Rio Verde (UNINCOR), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Letras.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sueli Maria Ramos da Silva.

81'22

CAR

Carboniéri, Virgínia de Martins

O estilo em textos de páginas institucionais de temática educacional no *facebook* / Virgínia de Martins Carboniéri. -- Três Corações : Universidade Vale do Rio Verde de Três Corações, 2014.

93 f.

Orientador: Sueli Maria Ramos da Silva.

Monografia (mestrado) - UNINCOR / Universidade Vale do Rio Verde de Três Corações / Mestrado em Letras, 2014.

1. Semiótica. 2. Lingüística. 3. Mídias digitais. I. Silva, Sueli Maria Ramos da, orient. II. Universidade Vale do Rio Verde de Três Corações. III. Título.

Catálogo na fonte

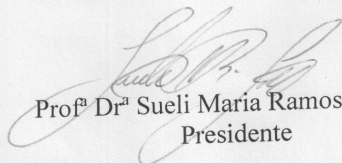
Bibliotecária responsável: Ângela Vilela Gouvêa CRB-6 / 2174

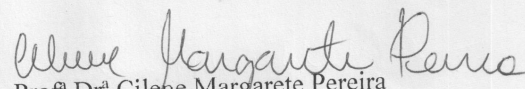
Claudete de Oliveira Luiz CRB-6 / 2176

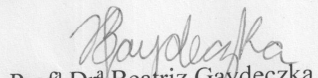
### ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

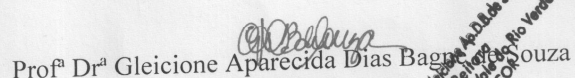
Aos 6 dias do mês de junho do ano de dois mil e quatorze, sob a presidência da Profª Drª Sueli Maria Ramos da Silva, e com a participação dos membros Profª Drª Cilene Margarete Pereira e Profª Drª Beatriz Gaydeczka que se reuniram para a banca da defesa de dissertação da mestranda **Virgínia de Martins Carboniéri**, aluna do Curso de Mestrado em Letras. O título de sua dissertação é "O estilo em textos de páginas institucionais do facebook de temática educacional". O resultado foi pela aprovação. Eu, secretária, lavro a presente ata que, depois de lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos demais membros da banca examinadora.

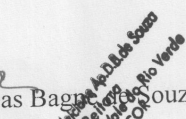
Três Corações, 06 de junho de 2014.

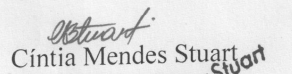
  
Profª Drª Sueli Maria Ramos da Silva  
Presidente

  
Profª Drª Cilene Margarete Pereira  
Membro da Banca

  
Profª Drª Beatriz Gaydeczka  
Membro da Banca

  
Profª Drª Gleicione Aparecida Dias Bagnato  
Pró Reitora

  
Profª Drª Gleicione Aparecida Dias Bagnato  
Pró Reitora  
Universidade Vale do Rio Verde  
UNINCOR

  
Cíntia Mendes Stuart  
Secretária Geral  
Cíntia Mendes Stuart  
Secretária Geral  
Universidade Vale do Rio Verde

Para Júlio C. M. Chediak,  
com o maior amor que há em mim.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, por sempre me incentivarem aos estudos.

A Virgilio Chediak, pelo companheirismo.

A meus irmãos, por serem tão presentes em minha vida.

Aos colegas, em especial, Magna, pela amizade firmada.

Aos professores do programa, em especial, à professora Dr<sup>a</sup> Sueli Maria Silva Ramos, minha orientadora neste trabalho, pelos incentivos, sugestões e por toda a contribuição prestada.

À coordenadora do Mestrado em Letras da UninCor – Três Corações, professora Dr<sup>a</sup> Cilene Margarete Pereira, pelas colaborações e incentivo.

À UninCor, por todo o suporte educacional prestado.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para minha formação.

“O mundo visível e o mundo tangível não são o mundo por inteiro. Quando vejo um objeto, sinto sempre que ainda existe ser para além daquilo que atualmente vejo, não apenas ser visível mas ainda ser tangível ou apreensível.”  
Merleau-Ponty (1999: 291-292)

## RESUMO

O que se propõe como objetivo amplo da pesquisa é proceder à análise de textos recortados de páginas de instituições educacionais postados no *facebook*. Com base no ferramental teórico da teoria semiótica, nos propomos a estudar o estilo desses textos, concebidos enquanto gêneros textuais. Os objetivos específicos da pesquisa consistem em examinar os critérios relativos à apreensão do sentido dos textos recortados. Para isso, estabelecemos como *corpus* para esta pesquisa textos recortados de páginas do *facebook* com temática educacional. Foram recortados dez textos, sendo um deles, entretanto, ainda que de temática educacional, postado não no *facebook*, mas em uma página da assessoria de comunicação da instituição ao qual se relaciona. A escolha de apenas um texto postado em página exterior ao *facebook* se deu a fim de estabelecer critérios de comparação e também para que pudessemos contrapor alguns pontos colocados em destaque nas análises. Como justificativa para a presente pesquisa, podemos elencar a necessidade de se aprofundar os estudos descritivos sobre as novas mídias digitais, notadamente, quando ligadas à temática educacional. Somado a isso, destacamos a ampla participação de cidadãos nas redes sociais, que está se tornando cada vez mais disseminada, além do fato de que podemos considerar que a internet pode ser uma grande aliada nas pesquisas da língua portuguesa. A metodologia de trabalho consistirá em examinar os textos recortados do *facebook*, analisando-os no que tange a unidade de sentido dada por meio do sincretismo verbo-visual, de tal forma que, após as análises realizadas seja possível comprovar a hipótese de que a página institucional é um gênero discursivo e, ainda, descrever o estilo das páginas analisadas. A fundamentação teórica utilizada na pesquisa é oferecida pela semiótica, em especial, por meio da noção de estilo desenvolvida por Discini (2004). Para proceder à análise dos textos tomamos como princípio norteador a definição de gênero adotada por Bakhtin (2003), segundo a qual para que um gênero se classifique como tal deve ter como elementos uma estrutura composicional, uma temática e um estilo. Dessa forma, esperamos com tal pesquisa, poder contribuir com estudos na área de Linguística/Semiótica fornecendo condições ao professor de discutir e reorganizar seus próprios fundamentos em torno da noção de estilo em ambientes virtuais, notadamente das novas mídias sociais.

**Palavras-chave:** Mídias Digitais; Linguística; Semiótica; Estilo.



## ABSTRACT

What is proposed as a broad objective of research is to proceed the analyses of cut out texts from educational institutions posted on facebook. Therefore based on the theoretical tools of the semiotic theory, we propose to study the style of these texts, conceived as textual genres. The specific goals of the research consist in examine the mechanisms of construction of meaning and the criteria concerning the style existent in the texts . To do so we established as corpus for this research cut texts from pages on facebook with an educational theme. Ten texts were cut out, though one of them still in educational theme not posted on facebook but on a page from the communication advisory by the institution related. The choice of only one text posted out of facebook occurred to establish comparison criteria and also counter some highlighted points in the analyses. As justification for the existent research we could list a necessity of deepen the descriptive studies about the new digital medias, particularly when linked to the educational theme. In addition to this we highlighted the wide participation from citizens on social networks which has become increasingly disseminated, beyond the fact that we can consider that the internet can be a great ally in the research in the Portuguese language. The working methodology will consist in examine texts cut out from facebook, analyzing them regarding the meaning unit through syncretism verbal-visual in a way that after the analyses performed it is possible to prove the hypotheses that the institutional page is a discursive genre and also describe the style of the analyzed pages. The theoretical foundation used in the research is offered by the semiotic in special through notion of style developed by Discini (2004). To proceed the analyses of the texts we use as principle guidance the definition of genre adopted by Bakhtin (2003), according to which a genre to be classified as one should have as an element a compositional structure, a theme and a style. This way we hope with such research contribute with studies on the Linguistic/Semiotic area providing conditions to the teacher to discuss and reorganize his/her own foundations around the notion of style on virtual environments particularly from new social medias.

**Key words:** Digital Medias, Linguistic, Semiotic, Style.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	1
Cap. I. O <i>FACEBOOK</i> ENQUANTO MÍDIA SOCIAL E O CARÁTER INTERACIONAL DOS TEXTOS .....	5
Cap. II. A PÁGINA INSTITUCIONAL COMO GÊNERO DISCURSIVO? .....	32
Cap. III. ANÁLISES DE PÁGINAS INSTITUCIONAIS DO FACEBOOK DE TEMÁTICA EDUCACIONAL .....	46
Cap. IV. O ESTILO DAS PÁGINAS INSTITUCIONAIS NO FACEBOOK .....	83
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	91
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93

## INTRODUÇÃO

A presente dissertação de mestrado tem por objetivo realizar um estudo acerca do estilo presente no *facebook*<sup>1</sup>. Esse estudo será realizado por meio de análises, alicerçadas pelo ferramental teórico da semiótica, de páginas de instituições educacionais, averiguando a hipótese de que a página institucional é um gênero discursivo, de tal forma a depreender seu estilo .

Como justificativa para a presente pesquisa podemos afirmar que a escassez de trabalhos a respeito da linguagem/estilo do *facebook*, somada à curiosidade e interesse que esse assunto desperta contemporaneamente, foram determinantes para a escolha desse *corpus* de pesquisa.

Assim, sem a pretensão de esgotar o assunto, devido aos propósitos e limitações de uma pesquisa em âmbito de mestrado, esse trabalho será desenvolvido por meio da vertente teórica da semiótica greimasiana de linha francesa.

Dessa maneira, defendemos a hipótese de que a página institucional é um gênero discursivo. E, ao depreendermos o estilo das páginas institucionais analisadas podemos contribuir com estudos na área de Linguística/Semiótica fornecendo condições ao professor, especialmente de Língua Portuguesa, de discutir e reorganizar seus próprios fundamentos em torno da noção de estilo em ambientes virtuais, notadamente das novas mídias sociais.

Assim, o que propomos como objetivo da presente pesquisa é, a partir da fundamentação teórica oferecida pela semiótica, em especial, por meio da noção de estilo desenvolvida por Discini (2004): a) proceder à análise de páginas de instituições educacionais presentes no *facebook*, defendendo a hipótese de que a página institucional é um gênero discursivo; b) depreender o estilo das páginas institucionais analisadas.

Nesse estudo temos como referência a teoria de semiótica desenvolvida por A. J. Greimas e pelo grupo de Investigações Sêmio-linguísticas da escola de Altos Estudos em Ciências Sociais.

A semiótica é a ciência de toda e qualquer linguagem. Conforme Santaella (2007, p. 13), “é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja,

---

<sup>1</sup> *Facebook* é uma rede social gratuita na qual os usuários criam perfis que contêm fotos e listas de interesses pessoais. Os usuários trocam mensagens privadas e públicas entre si e entre participantes de grupos de amigos. O *facebook* possui várias ferramentas, tais como o mural, além de aplicativos e eventos (nos quais se podem convidar e selecionar amigos para um determinado evento).

que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido”.

Segundo a autora (2007, p. 13-14), o campo de indagação desta teoria é muito vasto, porém não indefinido. O que se busca descrever e analisar nos fenômenos é sua constituição como linguagem. Nos fenômenos (sejam eles quais forem), a semiótica busca divisar e deslindar seu ser de linguagem, ou seja, sua ação de signo.

Em relação ao seu surgimento pode-se afirmar que ela teve três origens, três fontes das quais vem teoricamente se desenvolvendo: uma nos EUA, outra na união Soviética e a terceira na Europa Ocidental. (SANTAELLA, 2007 p. 15).

Neste trabalho será utilizada a linha de pesquisa relacionada à última origem citada, ou seja, a relacionada à semiótica da Europa Ocidental; para ser mais específico, à semiótica francesa.

Assim, vale evidenciar que, a semiótica de linha francesa, paradigma teórico que fundamenta os princípios metodológicos aqui propostos, determina que a produção de sentido de um texto ocorre como um percurso gerativo, que vai do mais profundo e simples ao mais superficial e complexo.

Assim sendo, a teoria semiótica da qual esta pesquisa se utiliza é a semiótica greimasiana de linha francesa, que se (pre)ocupa com a apreensão dos sentidos do texto, seja ele verbal, visual, audioverbovisual, ou sincrético.

Toma-se como princípio norteador a definição de gênero adotada por Bakhtin (2003), segundo a qual para que um gênero se classifique como tal deve ter como elementos estruturadores uma estrutura composicional, uma temática e um estilo. Temos, assim, o gênero “página do *facebook*”.

Pretendemos verificar em que medida as relações sintáticas e semânticas do plano do conteúdo, juntamente com o plano da expressão, podem determinar o sentido do grupo de diversos textos, representativos de um estilo.

Partindo de das afinidades e similaridades entre os textos, ou seja, textos com características semânticas e estruturais semelhantes, relacionados à mesma instituição de ensino, alguns denominados, no *facebook*, “textos de capa” e outros vistos como *posts* ou postagens, serão observados diferentes mecanismos de construção do sentido das totalidades recortadas para análise. Podemos estabelecer como hipótese, no que diz respeito à totalidade discursiva nos textos recortados, que, se a página institucional é um gênero discursivo, ela tem estilo.

Em relação à metodologia a ser utilizada, este trabalho será constituído a partir de análises dos textos coletados de páginas de instituições educacionais, observando questões relacionadas ao estilo. Foram escolhidos textos próprios à temática mineira, já que o trabalho se insere enquanto atividade de pesquisa do grupo LOGOS – Estudos de língua, linguagem e discurso. Criado em 2012, o LOGOS reúne pesquisadores e estudantes da Universidade Vale do Rio Verde (UninCor) e de outras instituições da região e do país com interesse em estudar e compreender, entre outras, práticas linguísticas e discursivas da/na região de Minas Gerais, promovendo a interação acadêmica e científica entre elas. O grupo se propõe, assim, a ser um espaço de produção e circulação de conhecimento sobre a linguagem e suas especificidades no espaço mineiro. A reflexão é subsidiada pelas teorias da linguagem e do discurso, com destaque para a semiótica greimasiana, a partir de revisão de literatura e observação dos fenômenos de comunicação próprios ao *facebook*.

A análise semiótica dos textos recortados será feita por meio do instrumento teórico metodológico que é o percurso gerativo do sentido (ferramenta por meio da qual se abstrai a construção do sentido dos textos). Por meio da análise semiótica das unidades cotejadas, define-se o estilo, visto como união de *totus* e *unus*, efeito de individuação do discurso, produto das relações entre plano do conteúdo e plano da expressão, a partir do qual se depreende o *éthos*, como tom, voz, caráter e corporalidade, conforme Discini (2003).

Desse modo, o método de pesquisa a ser utilizado consistirá em cotejar os textos das totalidades recortadas do *facebook*, de modo que, posteriormente às análises seja possível comprovar a ideia de que a página institucional é um gênero discursivo e, ainda, descrever o estilo das páginas institucionais analisadas.

No que diz respeito à questão da totalidade, podemos voltar o olhar para o estudo desenvolvido por Discini (2004), o qual apresenta movimento do *totus* em direção ao *unus* como metodologia analítica de uma totalidade.

O *unus* pressupõe o *totus*, “o bloco inteiro”, a totalidade integral, a qual “destaca a absorção dos indivíduos isolados numa massa indivisível”. Estilo é, então, totalidade, enquanto unidade integral (*unus*) e enquanto totalidade integral (*totus*), sendo que um termo pressupõe o outro, numa relação de interdependência. (DISCINI, 2004, p. 34)

Para Discini (2004, p. 34), cabe ao analista determinar qual é o *unus* ou *totus*, o recorte final considerado para análise.

Assim sendo, teremos estabelecido como *corpus* a essa pesquisa textos recortados de páginas do *facebook* com temática educacional. Foram recortados do *facebook* nove textos, sendo: três textos, da página do CEFET – MG – Centro Federal de educação Tecnológica de

Minas Gerais, três da página do Senac Minas e três da página da Fan Page Oficial da Universidade Federal de Lavras - UFLA. Além desses textos recortados do *facebook*, foi recortado também um texto do site da UFLA, postado em página da assessoria de comunicação da universidade. A escolha de textos com critérios educacionais se deu por conta do interesse dessa ferramenta auxiliar o professor, assim, decidimos nos circunscindir dentro do âmbito educacional.

Em relação à delimitação dos capítulos desta dissertação temos: no primeiro capítulo, informações sobre o caráter interacional dos textos: o *facebook* enquanto mídia ou rede social. Capítulo esse que traz considerações acerca de vários assuntos, tais como, uso do computador e outros equipamentos eletrônicos, internet, redes sociais em geral e *facebook*, concepções sobre língua, linguagem, sujeito, texto em geral, textos visuais, sentido, gêneros do discurso, enunciação, estilo, etc. No segundo capítulo temos discussões sobre a página institucional como gênero discursivo. Nesse capítulo são tratados aspectos relacionados ao *facebook* e outras mídias sociais, gêneros textuais e tecnologia, concepções de língua sujeito, texto e sentido, compreensão de textos visuais (sincretismo), os gêneros do discurso, enunciação e linguagem vista enquanto ação e interação. No terceiro capítulo, são realizadas análises de páginas institucionais do *facebook* de temática educacional. E o quarto capítulo versará sobre o estilo das páginas institucionais no *facebook*. Nele temos primeiramente, informações sobre estilo de maneira geral e, em seguida, informações acerca de características comuns entre os textos recortados e analisados nesta dissertação.

Os textos estudados são de grande interesse para a análise proposta, considerando a crescente inserção das novas tecnologias digitais no âmbito do ensino, tal como vem se desenvolvendo na contemporaneidade.

## Cap. I

# O FACEBOOK ENQUANTO MÍDIA SOCIAL E O CARÁTER INTERACIONAL DOS TEXTOS

### ***Facebook e mídia social***

O uso do computador, nas mais variadas atividades humanas é uma realidade, de acordo com Sardinha (2005, p. 7-8). Todavia, se perguntado às pessoas se elas consideram que a informática está presente em áreas vistas como menos tecnológicas como as Ciências Humanas (Letras, em particular), teríamos muitas repostas, em sua grande maioria, negativas. Porém, os que pensam dessa maneira não se dão conta de que por trás de muitas atividades importantes do dia a dia está uma tecnologia advinda da pesquisa computacional em linguagem. Tomemos, por exemplo, os corretores ortográficos presentes nos editores de texto ou os sistemas de busca de sites na Internet. Ambos são construídos por meio de pesquisa informatizada da língua. Isso, por si só, deveria ser suficiente para mostrar aos mais céticos que existem, sim, espaços e benefícios em trazer a informática para o campo do estudo linguístico (ou vice-versa).

Sardinha (2005, p. 29) considera “o computador é uma ferramenta indispensável na vida moderna e também o é na pesquisa da língua portuguesa”. Tomando essa premissa como verdadeira, podemos ampliar essa ideia afirmando que não só o computador, mas também o uso da informática em geral, da internet, de mídias digitais, dentre outras tecnologias existentes nos dias de hoje, são ferramentas indispensáveis no dia a dia das pessoas e podem ser considerados grandes aliados nas pesquisas tanto da língua portuguesa, quanto de outras línguas.

Há várias formas de explorar a internet: ela é, para muitos, uma forma de encontrar velhos amigos, de fazer novos amigos; para outros ela é um novo utensílio, uma ferramenta contemporânea para divulgar seus negócios e produtos. Profissionais se encontram e trocam idéias sobre suas atividades, pessoas se encontram e promovem debates sobre temas de interesse comum.

O uso de equipamentos eletrônicos - e nos interessa aqui aqueles que permitem acesso à internet – é cada vez mais comum na vida das pessoas em todo o mundo. E é inegável que a participação nas redes sociais está cada vez mais disseminada na vida dos cidadãos comuns. Dentre as redes sociais presentes na contemporaneidade, tomamos como objeto de pesquisa o *facebook*.

O *facebook* é uma rede social, site em que se agrupam diversas pessoas com interesses semelhantes. Essas redes são um tipo de site que atua como representação virtual dos relacionamentos entre os seres humanos em seu mundo concreto.

Nessa rede os usuários criam um espaço onde adicionam contatos e informações pessoais ou profissionais. Essas informações ficam disponíveis a outros usuários que se relacionam de por meio da rede (e, às vezes, também de forma pessoal) com esse usuário, numa espécie de página pessoal. Tal página pode ser constantemente modificada pelo seu usuário com publicações de todas as espécies, seja em texto gráfico, imagens ou vídeos, seja referente a publicações ou compartilhamento de páginas, blogs ou sites, que passam a compor a linha do tempo desse sujeito. Essa rede social é uma ferramenta que torna possível o diálogo entre os usuários, além de permitir também um diálogo aberto, em que muitos enunciatários (interlocutores) podem responder ao enunciador (locutor) ao mesmo tempo. Tais diálogos também podem acontecer em tempo real (sincrônico) ou não (assíncrono).

Atualmente, de acordo com Carvalho e Kramer (2013, p. 80-81), o *Facebook* é uma rede de relacionamentos muito popular no Brasil. Ele tornou-se uma das mais (se não a mais) atraentes, com um maior número de recursos e possibilidades de interação, tais como ícones em que o usuário pode curtir, compartilhar ou até mesmo comentar uma publicação, o que facilita a troca de imagens e vídeos em tempo real (ou tempo não real).

Para as autoras (2013, p. 80), as redes sociais popularizaram-se de forma rápida, elas trazem muitas novidades no campo da comunicação e mostram várias diferenças no que tange o universo das relações não virtuais entre as pessoas, gerando mudanças nos modos de interação através dos textos e dos discursos.

### **Gêneros textuais e tecnologia**

Para Marcuschi (2010, p. 36), se nos atentarmos para a análise de detalhes dos gêneros emergentes na mídia eletrônica em geral (telefonia, rádio, televisão, internet), iremos notar que algumas das concepções a respeito da interação verbal deverão ser revistas. Por exemplo, a presença física não caracteriza a interação conversacional em si, tal como ocorre em determinados gêneros, como aqueles que se dão face a face. Da mesma forma, a produção oral não é necessária, mas apenas suficiente para determinar a interação verbal síncrona, pois é possível uma interação síncrona, pessoal e direta pela escrita transmitida à distância (o que já era em parte possível pela comunicação via telégrafo ou pelo código Morse).

Interações síncronas são aquelas que acontecem simultaneamente, ou seja, ao mesmo tempo, quando dois ou mais usuários estão on-line como, por exemplo, conversações face a



face ou chats pela internet. Além das interações síncronas, existem as interações assíncronas, caracterizadas por ocorrer em momentos diversos como, por exemplo, através de e-mails.

De acordo com Marcuschi (2010, p. 36), no caso do *facebook*, em particular, há uma série de novidades que não apenas simulam, mas realizam efetivamente a interação (síncrona ou assíncrona).

Seguramente, os novos meios eletrônicos não estão atingindo a estrutura da língua, mas estão atingindo o aspecto nuclear do uso pela manifestação mais importante que é o texto. São novas formas de textualização que nascem e devem ser analisadas cuidadosamente, em especial, quanto aos processos de condução tópica, produção de sentido e relações interpessoais.

### **Concepções de língua, sujeito, texto e sentido**

Assim, vale aqui dissertar sobre pontos referentes às concepções de língua, sujeito, texto e sentido.

Segundo Discini (2005, p.14): “o texto é uma unidade de sentido, dada por recorrência daquilo que é dito e de um modo próprio de dizer”. Platão e Fiorin (1996, p. 14) afirmam que “[...] num texto, o significado de uma parte não é autônomo, mas depende das outras com que se relaciona [...], o significado global de um texto não é o resultado de mera soma de suas partes, mas de uma certa combinação geradora de sentidos”.

Assim, em um texto, cada parte não possui sentido definido, este (o sentido) vai se formando pela relação que mantém com as demais partes que formarão (juntas) o todo; o sentido de todo o texto é dado pelas várias relações que se estabelecem entre as partes.

Em relação às propriedades de um texto, Platão e Fiorin (1996) enumeram três: a) o texto tem coerência de sentido – ele não é um amontoado de frases, as frases estão relacionadas entre si; b) o texto é delimitado por dois brancos – ele é delimitado por dois espaços de não sentido, dois brancos, um antes de começar o texto e outro depois (seja texto verbal, visual ou verbal e visual); c) o texto é produzido sempre por um sujeito, num determinado tempo e num determinado espaço.

Sobre língua e sujeito, Koch (2003a, p. 13-15) afirma que a concepção de sujeito da linguagem varia de acordo com a concepção de língua adotada. Para uma concepção de língua como representação do pensamento temos o sujeito psicológico, individual, dono de duas vontades e de suas ações. Para uma língua vista como estrutura, temos um sujeito “assujeitado” pelo sistema. Nesse caso o sujeito não é dono de seu discurso e de sua vontade, sua consciência (se existir consciência) é produzida de fora dele. E, por fim, para uma

concepção de língua vista como lugar de interação, há a noção de sujeito como entidade psicossocial, um sujeito que se constitui na interação com o outro.

Sobre as concepções de texto e de sentido, afirma Koch (2003a, p. 16): “o próprio conceito de texto depende das concepções que se tenha de língua e de sujeito”. Na concepção de língua como representação do pensamento e de sujeito como senhor absoluto de suas ações e de seu dizer, sujeito esse dono de duas vontades e de suas ações, o texto é visto como um produto do pensamento. Já na concepção de língua como código, em que a noção de sujeito é (pré)determinado, “assujeitado” pelo sistema, o texto é tido como simples produto da codificação. E na concepção interacional, dialógica, a concepção de língua é vista como lugar de interação, nela o sujeito é tido como ator/construtor social, o texto passa a ser visto como o próprio lugar da interação e os interlocutores nele se constroem e são construídos.

A autora defende a ideia de que o sentido de um texto é construído na interação entre textos e sujeitos. Para ela a compreensão não é a simples captação de uma representação mental ou decodificação de mensagem; a compreensão é uma atividade interativa de produção de sentido. Koch defende uma concepção sociointeracional de linguagem, vista como lugar de “inter-ação”, entre sujeitos sociais, ou seja, de sujeitos ativos, empenhados em uma atividade sociocomunicativa.

### **Compreensão de textos visuais**

Dissertando sobre a perspectiva sociocomunicativa, vale fazer algumas considerações acerca da compreensão de textos visuais. Para Teixeira (2008, p.303) para ler o texto visual é importante sempre considerar que o conteúdo está submetido às coerções do material plástico e que essa materialidade também tem significado. Para a autora, ler um texto visual vai além de observar linhas, volumes e cores. Para ler um texto visual é necessário adquirir um método de análise que utilize categorias específicas, cada vez mais bem formuladas pela semiótica plástica, que analisa sistemas semissimbólicos.

A partir da noção hjelmsleviana de linguagens monoplanas ou de sistemas de símbolos o conceito de linguagem semi-simbólica foi sugerido por Greimas e Courtés. Para a definição da noção de semissimbolismo, desenvolvida por Greimas e Courtés (1986), nos utilizamos das informações contidas no texto de Teixeira (2008, p. 303), ao elaborar um histórico desses estudos e a sua importância aos estudos semióticos na contemporaneidade.

Os sistemas simbólicos são, portanto, definidos pela semiótica como sistemas em que há conformidade total entre expressão e conteúdo. Os sistemas semi-simbólicos são então “sistemas significantes caracterizados não pela conformidade entre as unidades do plano do

conteúdo e do plano da expressão, mas pela correlação entre categorias dos dois planos” (TEIXEIRA, 2008, p.303)

Em se tratando de semiótica plástica, a leitura da imagem, pintura ou fotografia parte dessa materialidade que dá forma ao sentido, a partir da observação de quatro categorias do plano da expressão. São elas: cromáticas, eidéticas, topológicas e matéricas.

Teixeira (2008, p. 305) define:

As categorias cromáticas se apresentam nas infinitas possibilidades de combinações de cores, concretizadas em oposições do tipo puro/mesclado, brilhante/opaco, saturado/não saturado, claro/escuro, que instalam o movimento e o ritmo da cor no espaço da tela. As categorias eidéticas, que constroem as formas, serão examinadas como combinações de linhas e volumes superpostos, concretizando contrastes como côncavo/convexo, curvilíneo/retilíneo, verticalidade/diagonalidade, arredondado/pontiagudo, etc. As categorias topológicas levam em conta a posição e a orientação das formas e do movimento no espaço, podendo realizar-se sob a forma dos contrastes englobante/englobado, alto/baixo, central/periférico, esquerdo/direito, etc. Incluem-se ainda na análise as categorias matéricas sobrepostas a estas outras, observáveis na pincelada, no tipo de suporte, no emprego da tinta e em outros aspectos materiais.

Para a autora, no texto visual (imagem, pintura, fotografia) se a análise do plano da expressão é feita primeiro, somente articulando-a com o plano do conteúdo o semissymbolismo, os efeitos de sentido, a práxis enunciativa que inscreve historicamente o discurso poderão ser explicados. Assim sendo, é possível a leitura restabelecer o sentido do texto, que não é apenas unitário. A leitura de um texto visual só terá sentido se após ter sido segmentado, separado e classificado (processos feitos através da análise), o mesmo for agrupado novamente, articulando suas partes.

### **Os gêneros do discurso**

A utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos). Os tipos (relativamente estáveis) de enunciados são denominados gêneros do discurso. (BAKHTIN, 2000, p. 279)

Bakhtin (2000, p. 281) afirma que os gêneros do discurso podem ser divididos em primários (simples) e secundários (complexos). Assim, são exemplos de gêneros do discurso primários: tipos de diálogos orais, linguagem familiar, cotidiana, etc. Enquanto são exemplos de gêneros do discurso secundário: romance, teatro, discurso científico, etc.

Para o autor (2000, p. 290), o ouvinte que recebe e compreende a significação (linguística) de um discurso adota uma atitude “responsiva ativa” e o locutor postula esta compreensão responsiva ativa.

Importante registrar que, Bakhtin (2000, p. 297) considera que a oração é unidade da língua e enunciado é unidade de comunicação verbal.

Para Bakhtin (2000, p. 297), a oração não tem capacidade de determinar uma resposta; ela adquire essa propriedade no todo de um enunciado. A oração não é determinada em suas duas extremidades pela alternância dos sujeitos falantes. Ela não está em contato imediato com a realidade; não está em relação imediata com os enunciados dos outros; não possui significação plena; não tem capacidade de suscitar a atitude responsiva do outro (determinar uma resposta do outro). A oração não tem autor; não é de ninguém, sendo somente autônoma quando funciona como enunciado completo que se torna expressão individualizada da instância locutora, numa situação concreta da comunicação verbal.

### **Enunciação**

Com relação ao enunciado, o primeiro e o mais importante dos critérios de acabamento do enunciado é a “possibilidade de responder”. A totalidade acabada do enunciado é determinada por três fatores: 1º - o tratamento exaustivo do objeto do sentido; 2º - o intuito do locutor; 3º as formas típicas de estruturação do gênero do acabamento. (Cf. BAKHTIN, 2000, p. 299).

É extremamente importante ressaltar que os “outros” nunca são ouvintes passivos. O locutor espera deles uma resposta, uma compreensão responsiva ativa. Portanto, o enunciado tem destinador e destinatário (ter um destinatário é uma particularidade do enunciado), enquanto a palavra e a oração não têm um destinatário.

Benveniste (2006, p. 83-84) considera que a língua é apenas possibilidade de língua antes da enunciação. Só depois dela (da enunciação), a língua é efetuada em uma instância de discurso, que emana de um locutor, que atinge um ouvinte e que suscita, de retorno (de volta), uma outra enunciação.

Para Benveniste, “a enunciação é este colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização.” (2006, p. 82). Portanto, a enunciação é o processo de colocar a língua em funcionamento e o produto é o texto.

Quando o locutor se declara como locutor, ele assume a língua e implanta o outro diante de si. “Toda enunciação é (...) uma alocução, ela postula um alocutário.” (BENVENISTE, 2006, p. 84)

Uma característica marcante da enunciação é a *acentuação da relação discursiva* com o parceiro, seja este parceiro real ou imaginado, individual ou coletivo.

Vista enquanto realização individual, a enunciação pode se definir em relação à língua, como um processo de *apropriação*. Nela, o locutor toma posse do aparelho formal da língua e enuncia sua posição de locutor (enunciador) através de índices específicos e também de procedimentos acessórios.

O ato se apropriar da língua introduz aquele que fala, ou seja, o locutor, em sua alocação. O locutor está sempre em relação constante e necessária com sua enunciação.

Em relação ao tempo da enunciação, podemos afirmar que o “presente”, coincide com o momento da enunciação. Assim, defende Benveniste (2006, p. 85-86):

Poder-se-ia supor que a temporalidade é um quadro inato do pensamento. Ela é produzida, na verdade, na e pela enunciação. Da enunciação procede a instauração da categoria do presente, e da categoria do presente nasce a categoria do tempo. O presente é propriamente a origem do tempo. Ele é esta presença no mundo que somente o ato de enunciação torna possível, porque, é necessário refletir bem sobre isso, o homem não dispõe de nenhum outro meio de viver o “agora” e de torna-lo atual senão realizando-o pela inserção do discurso no mundo. Poder-se-ia mostrar pelas análises de sistemas temporais em diversas línguas a posição central do presente. O presente formal não faz senão explicitar o presente inerente à enunciação, que se renova a cada produção de discurso, e a partir deste presente contínuo, coextensivo à nossa própria presença, imprime na consciência o sentimento de uma continuidade que denominamos “tempo”; continuidade e temporalidade que se engendram no presente incessante da enunciação, que é o presente do próprio ser e que se delimita, por referência interna, entre o que vai se tornar presente e o que já não o é mais.

Estudando questões relacionadas à instauração de pessoa, tempo e espaço na enunciação, cabe definir a noção de *debreagem* (mecanismo com que se instauram no texto pessoas, tempos e espaços). Dividindo esse mecanismo em dois tipos temos: a) *debreagem enunciativa* – que produz efeito de subjetividade; b) *debreagem enunciva* – que gera um efeito de sentido de objetividade. A enunciação enunciada é o conjunto de elementos linguísticos que indicam as pessoas, os espaços e tempos da enunciação, e o enunciado enunciado, o produto da enunciação isento das marcas enunciativas.

Ainda acerca desses conceitos, afirma Fiorin (2002, p. 43):

Na medida em que, como mostra Benveniste, a constituição da categoria de pessoa é essencial para a constituição do discurso e o *eu* está inserido num tempo e num espaço, a *debreagem* é um elemento fundamental do ato constitutivo do enunciado, e dado que a enunciação é uma instância linguística pressuposta pelo enunciado, contribui também para articular a própria instância da enunciação.

As competências de que o sujeito necessita para enunciar são de várias ordens, sendo elas: linguística, discursiva, textual, interdiscursiva, intertextual, pragmática, situacional.

Ao produzir um discurso o homem se apropria da língua com o objetivo de atuar e interagir socialmente. Partindo do postulado de que a argumentação está inscrita no uso da linguagem, temos a posição de que a argumentação constitui a atividade estruturante de todo e qualquer discurso.

Para Koch (1987, p. 22-23), há intencionalidade na produção da linguagem e, nesse sentido:

[...]toda atividade de interpretação presente no cotidiano da linguagem fundamenta-se na suposição de que quem fala tem certas intenções, ao comunicar-se. Compreender uma enunciação é, nesse sentido, apreender essas intenções. (...) Assim, o sentido de um enunciado se constitui, também, pelas relações interpessoais que se estabelecem no momento da enunciação.

Segundo a autora, não basta conhecer o significado literal das palavras, é preciso saber reconhecer todos os seus empregos possíveis, que podem variar de acordo com intenções do falante e circunstâncias da produção.

Fiorin (2008, p. 137) se remetendo à Benveniste (1974) afirma que a enunciação é a instância do *ego*, *hic et nunc*, ou seja, a instância do eu, aqui e agora. O *eu* é instaurado no ato de dizer (assim, *eu* é quem diz *eu*) e a pessoa a quem o *eu* se dirige é estabelecido como *tu*. O *eu* e o *tu* são os actantes da enunciação, são, portanto, os participantes da ação enunciativa. *Eu* e *tu* constituem o sujeito da enunciação, já que o *eu* é quem produz o enunciado e o *tu* é levado em consideração pelo *eu* na construção do enunciado. O *eu* realiza o ato de dizer em um tempo e espaço determinados. *Aqui* é o espaço do *eu* e *agora* é o momento em que o *eu* toma a palavra (tempo). Dessa forma, podemos afirmar que a enunciação é a instância que povoa o enunciado de pessoas, de tempos e de espaços.

Na atividade de comunicação estão envolvidos sujeitos que desempenham funções como atores sociais. Esses estabelecem entre si um tipo de contrato comunicativo em que os papéis e funções desempenhadas não são engessados, recebendo diversas influências do meio, seja de aspectos sociais, políticos e/ou linguísticos envolvidos nos eventos comunicativos.

Assim, pensando acerca da atividade de comunicação vista como sujeitos desempenhando funções como atores sociais e estabelecendo entre si um tipo de contrato comunicativo em que seus papéis recebem diversas influências do meio, cabe fazer algumas considerações acerca da interação propriamente dita, interação essa que se faz pela linguagem.

De acordo com Koch (2003b, p. 07):

A linguagem humana tem sido concebida, no curso da História, de maneiras bastante diversas, que podem ser sintetizadas em três principais:

- a. Como representação (“espelho”) do mundo e do pensamento;
- b. Como instrumento (“ferramenta”) de comunicação;
- c. Como forma (“lugar”) de ação ou interação.

Para a autora (2003b, p. 7), a primeira concepção, ou seja, a linguagem vista como representação (“espelho”) do mundo e do pensamento é, sem dúvida, a mais antiga dessas concepções (embora continue tendo seus defensores na atualidade). De acordo com essa concepção, o homem representa para si o mundo através da linguagem; assim, a função da língua é representar, refletir seu pensamento e seu conhecimento de mundo. A autora define a segunda concepção, aquela em que a linguagem é tida como instrumento, como “ferramenta” de comunicação, vê a língua como um código através do qual um emissor comunica a um receptor certas mensagens. Aqui, a principal função da linguagem é a transmissão de informações. E finalmente, Koch (2003, p.7-8) considera a terceira concepção, na qual a linguagem é concebida como forma, lugar de ação ou interação, como aquela que encara a linguagem como atividade, como ação interindividual como lugar de interação que torna possível aos participantes de uma coletividade a prática dos mais variados tipos de atos, que vão exigir dos participantes reações e/ou comportamentos, levando ao estabelecimento de vínculos e compromissos que anteriormente não existiam.

Segundo Koch (2003b, p. 11), a visão da linguagem entendida como ação (interação) é derivada de dois grandes polos: de um lado, a Teoria da Enunciação; de outro lado, a Teoria dos Atos de Fala.

Dessa forma, a autora conceitua que a Teoria da Enunciação teve como precursor o pensador russo M. Bakhtin e ganhou força na França com a obra do linguista Émile Benveniste, que se propôs estudar a subjetividade na língua, o “aparelho formal da enunciação”. De acordo com essa teoria (Teoria da Enunciação) não basta ao linguista, preocupado com as questões de sentido, descrever os enunciados efetivamente produzidos pelos falantes de uma língua: é necessário também considerar, simultaneamente, a enunciação (o evento único e jamais repetido de produção do enunciado). Isso porque o tempo, o lugar, os papéis representados pelos interlocutores, as imagens recíprocas, as relações sociais, os objetivos visados na interlocução, são constitutivos do sentido do enunciado. Assim sendo, a enunciação vai determinar a que título aquilo que se diz é dito.

Em relação à Teoria dos Atos de Fala, de acordo com Koch (2003b, p. 17), ela teve surgimento na Filosofia da Linguagem e foi, posteriormente, apropriada pela teoria Pragmática. J. L. Austin, seguido por Searle, Strawson e outros filósofos da Escola Analítica de Oxford, tendo como estudo a linguagem como forma de ação (“todo dizer é um fazer”), começaram a pensar sobre os vários tipos de ações humanas que são realizadas pela linguagem, ou seja, começaram a pensar sobre os atos de fala, atos de discurso ou atos de linguagem. Ainda de acordo com Koch (2003b, p. 22), recentemente, tal teoria (Teoria dos Atos de Fala) tem passado por críticas e adquirido certas reformulações. Nessas críticas diz-se que a teoria é unilateral, dando ênfase ao locutor, isto é, diz-se que a teoria trata da ação, mas não da interação. Outra crítica que se faz é referente ao fato de serem estudados apenas enunciados isolados, vistos fora de um contexto real de uso.

### **Linguagem: ação e interação**

Falando em linguagem enquanto ação e interação, cabe fazer algumas considerações acerca da Teoria da Atividade Verbal. Segundo Koch (2003b, p. 23), essa teoria foi desenvolvida em países da antiga URSS, inclusive na Alemanha Oriental. Ela é baseada nas ideias de psicólogos e psicolinguistas soviéticos como, por exemplo, Leontev e Luria. Orientada por ideias de Vigotsky, a Teoria da Atividade Verbal considera a linguagem como uma atividade social efetivada para a realização de outros fins.

Sendo assim, a atividade linguística seria constituída por um enunciado, emitido com certa intenção, ou seja, um propósito, sob condições necessárias para se atingir o objetivo visado e atingir ainda as consequências decorrentes da realização desse objetivo.

A fim de atingir sua meta, cabe ao locutor garantir ao seu interlocutor as condições necessárias para que ele (interlocutor) tenha capacidade de identificar a intenção, ou seja, tenha capacidade de entender qual é a meta pretendida (o que depende da formulação adequada do enunciado) e que ele (interlocutor) concorde em participar do objetivo pretendido, isto é, aceite demonstrar a reação e/ou o comportamento pretendido pelo locutor. Por isso, é necessário que o locutor realize atividades linguístico-cognitivas, a fim de possibilitar compreensão (repetir, parafrasear, completar, corrigir, resumir, exemplificar, enfatizar, etc.), e ainda para fomentar, facilitar ou propiciar a aceitação (fundamentar, justificar, “preparar o terreno”, etc.).

Para Koch (2003b, p. 24), os seguidores da Teoria da Atividade Verbal começaram a definir a produção de linguagem em relação à variedade de atividades feitas pelos interlocutores numa situação de interação. Koch (2003b, p. 24) destaca, especialmente na



Alemanha, as atividades de composição textual, ou seja, as atividades linguístico-cognitivas mencionadas acima.

Vários amantes da Teoria da Atividade Verbal, mesmo tendo partido de uma crítica à Teoria dos Atos de Fala (acusando-a de unilateral), poderiam ter a mesma crítica, já que, comumente, o alvo de suas pesquisas está nas atividades do locutor, na produção de textos (sejam textos escritos ou orais), não dando significância ao interlocutor.

Importante ressaltar que o processamento do texto no que tange o interlocutor é também uma atividade, no que diz respeito à compreensão e interpretação. Isso, aliás, tem sido merecido destaque nos estudos mais recentes (bibliografias europeia e americana), atentos para o fato de que o ouvinte/leitor não é absolutamente um “receptor” passivo. Cabe ao ouvinte/leitor agir sobre o material linguístico de que dispõe e, então dar-lhe um sentido, ou seja, produzir uma leitura.

Assim sendo, conclui-se que cabe ao ouvinte/leitor estabelecer, entre os elementos do texto e do contexto, relações diversas, para dar-lhes um sentido de forma mais adequada.

Cabe fazer um pequeno registro sobre os postulados conversacionais do filósofo americano Grice. De acordo com esses postulados, a regra básica para a comunicação humana é o Princípio da Cooperação. Segundo esse princípio, os interlocutores devem ser cooperativos uns com os outros. Assim, quando as pessoas desejam se interagir verbalmente, elas irão cooperar para que a interlocução aconteça da forma mais apropriada à situação vivida.

O Princípio da Cooperação, segundo Grice, apresenta quatro máximas: Máxima da Quantidade, Máxima da Qualidade, Máxima da Relação e Máxima do Modo. Koch (2003b, p.27) apresenta-as da seguinte forma: *Máxima da Quantidade* - “não diga nem mais nem menos do que o necessário”; *Máxima da Qualidade* - “só diga coisas para as quais tem evidência adequada; não diga o que sabe não ser verdadeiro”; *Máxima da Relação (Relevância)* - “diga somente o que é relevante” e, por fim, *Máxima do Modo* - “seja claro e conciso; evite a obscuridade, a prolixidade, etc”.

Pode ocorrer de uma máxima sobrepor-se a outra(s) ou ainda acontecer de o locutor desobedecer uma das máximas. Nesse último caso, o interlocutor deverá fazer um cálculo para descobrir o motivo da desobediência (o que se denomina implicatura conversacional).

Detalhando melhor sobre o Princípio da Cooperação podemos afirmar que, de acordo com Grice (1982), os diálogos não são uma sequência de observações sem conexão. Diálogos são, até certo ponto, esforços feitos em cooperação, onde cada participante reconhece, de

alguma forma, um propósito comum ou um conjunto de propósitos, ou, no mínimo, uma direção mutuamente aceita.

Para Grice (1982, p. 86) há, no diálogo, o princípio da cooperação, isto é, categorias sobre as quais cairão certas máximas: quantidade, qualidade, relevância e modo.

Para o autor, a máxima da quantidade é a categoria relacionada com a quantidade de informação a ser fornecida e a ela correspondem os seguintes tópicos:

1. Faça com que sua contribuição seja tão informativa quanto requerido (para o propósito corrente da conversação).
2. Não faça sua contribuição mais informativa do que é requerido.

A máxima da qualidade se refere à categoria onde se encontra a supermáxima “Trate de fazer uma contribuição que seja verdadeira” e duas máximas específicas:

- a) Não diga o que você acredita ser falso.
- b) Não diga senão aquilo para que você possa fornecer evidência adequada.

A máxima da relação, ainda de acordo com Grice (1982), diz respeito à categoria em que o autor coloca uma única máxima: “Seja relevante”.

E, por fim, para o autor, a máxima do modo apresenta-se como supermáxima – “Seja claro” – e várias máximas tais como:

1. Evite obscuridade de expressão.
2. Evite ambiguidades.
3. Seja breve (evite prolixidade desnecessária).
4. Seja ordenado. (GRICE, 1982, p. 86-88)

Grice (1982, p. 88) afirma ainda que a observância de algumas dessas máximas é menos imperativa do que a observância de outras. Assim, por exemplo, uma pessoa que se expressa com prolixidade indevida estaria, geralmente, sujeita a comentários mais leves do que aquela que tivesse dito alguma coisa intencionalmente que acredita ser falsa.

Existe ainda, de acordo com o autor (1982, p. 88), uma sorte de outras máximas (de âmbito estético, social ou moral), tais como “Seja polido”, que, em geral, são também observadas pelos interlocutores de uma conversação. Essas máximas também podem gerar implicaturas não conversacionais. As implicaturas são sempre correlacionadas com os propósitos particulares a que a fala normalmente serve.

Em uma conversação deve ser possível deduzir a presença de uma implicatura conversacional; pois, mesmo que possa ser compreendida de maneira intuitiva, se a intuição não for substituída por um argumento, a implicatura (se estiver presente) não será considerada uma implicatura conversacional, mas sim uma implicatura convencional. E, no caso de haver

uma implicatura conversacional, o ouvinte trabalha com os alguns dados. São eles: (1) o significado convencional das palavras usadas, juntamente com a identidade de quaisquer referentes pertinentes; (2) o princípio de cooperação e suas máximas; (3) o contexto da enunciação (linguístico e extralinguístico); (4) outros itens de seu conhecimento anterior (*background*); e (5) o fato de que todos os itens relevantes cobertos por 1-4 são acessíveis a todos os participantes, e todos sabem ou supõem que isso ocorra. (cf. GRICE, 1982, p. 92-93).

Importante registrar que a implicatura conversacional, ainda de acordo com Grice (cf. 1982, p. 102-103) deve possuir certos traços:

1. Considerando o Princípio da Cooperação, a implicatura conversacional pode ser cancelada (em um caso particular).
2. A implicatura conversacional exige um conhecimento do que foi dito.
3. Aquilo que está implícito conversacionalmente não está incluído na especificação original da força convencional da expressão.
4. A implicatura conversacional não é veiculada pelo que é dito, mas somente pelo dizer o que é dito, ou por expressá-lo deste modo.
5. Naquilo que está implícito está a disjunção de explanações específicas.

A fim de detalhar e estudar de forma melhor a organização textual-interativa da conversação, organizamos as principais diferenças que têm sido apresentadas entre linguagem falada e linguagem escrita.

De acordo com Koch (2003b, p. 77), entre as características distintivas mais frequentemente apontadas entre a modalidade falada e escrita, estão as seguintes: Fala: 1) não planejada; 2) fragmentária; 3) incompleta; 4) pouco elaborada; 5) predominância de frases curtas, simples ou coordenadas; 6) pouco uso de passivas, etc. Escrita: 1) planejada; 2) não-fragmentária; 3) completa; 4) elaborada; 5) predominância de frases complexas, com subordinação abundante; 6) emprego frequente de passivas, etc.

Entretanto, acontece que estas diferenças nem sempre diferenciam a modalidade “falada” da modalidade “escrita”, até porque há uma escrita feita de maneira informal que se aproxima da fala e uma fala constituída de maneira formal que se aproxima da escrita, dependendo do contexto comunicativo. Dessa forma, podemos afirmar que a modalidade escrita formal e a modalidade fala informal são polos opostos de um contínuo, ao longo do qual pode-se ver variados tipos de interação verbal. (KOCH, 2003b, p. 78)

Koch (2003b, p. 78-79) afirma que em oposição ao que ocorre com o texto escrito, no qual o produtor detém maior tempo para planejar, podendo até mesmo fazer um rascunho, revisões e outras estratégias para “melhorar” seu texto, o texto na modalidade falada surge no

momento da interação, ou seja, ele é o seu próprio rascunho. E ainda, em situações de interação face a face, o locutor não é o único responsável pela produção do seu discurso, pois os interlocutores estão empenhados de forma conjunta na produção do texto (eles não só colaboram um com o outro, como “co-negociam”, “co-argumentam”, a tal ponto que não teria sentido analisar separadamente as produções individuais).

A autora (2003b, p. 79) afirma ainda que os interlocutores utilizam diversas estratégias conversacionais, semelhantes, de certa forma, às máximas de Grice, entre as quais se pode destacar as seguintes:

1. Ao perceber que o parceiro já compreendeu o que se pretendia lhe comunicar, a continuação de sua fala, na maioria das situações, não é mais necessária.
2. Logo que perceber que o ouvinte não o está compreendendo o que está sendo dito, há a suspensão do fluxo da informação, a repetição e mudança do planejamento, com a possível introdução de uma nova explicação.
3. Se perceber a formulação de algo dito de forma inadequada, há a interrupção, seguida imediatamente da estratégia de correção.

Ainda conforme Koch (2003b, p. 79), a utilização das estratégias mencionadas acima é responsável pelo enorme número de descontinuidades que têm sido evidenciadas como características da língua falada, ou seja, elas são responsáveis pela aparente desestruturação do texto na modalidade falada.

Entretanto, vale dizer que essas descontinuidades são constituintes da própria estruturação gramatical da oralidade.

“A conversação organiza-se em turnos, que consistem em cada intervenção de um dos participantes no decorrer da interação”. (KOCH, 2003b, p. 80).

Existem interações simétricas, na qual todos os participantes têm igual direito ao uso da palavra (exemplo: as conversas do dia a dia); e existem interações assimétricas, nas quais um dos parceiros detém o poder da palavra e a distribui de acordo com a sua vontade (exemplos: entrevistas, consultas, palestras). (KOCH, 2003b, p. 80).

Nessa perspectiva, destacamos os estudos realizados pelo projeto NURC (Norma Urbana Culta), notadamente nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, que tem trabalhado as características da gramática da oralidade, tomando como *corpus* dados do português culto, obtido por meio de elocuições formais assimétricas (EF) (aulas, palestras); DI2 (diálogo entre dois informantes) característicos pela conversação entre dois locutores (L1 e L2), em situação real de diálogo, com igual direito ao uso da palavra e DID (Diálogo entre Informante e Documentador), característico de interações assimétricas como entrevistas.

Todavia, mesmo nas interações simétricas não é possível tomar a palavra a qualquer momento (vale a regra: “fale um de cada vez”). Os interlocutores podem tomar o turno nos espaços de transição, que são caracterizados por marcas tais como silêncio ou pausas mais longas do detentor do turno, hesitações, entonação característica, gestos, olhar dentre outros. Podemos citar, ainda, a presença de marcadores conversacionais que tem por objetivo assinalar as relações interpessoais e o envolvimento entre os interlocutores. De acordo com Galembeck e Carvalho (sd., p.4), com relação à posição no turno, os marcadores classificam-se em:

- Iniciais: não, mas, acho que, não é assim, que caracterizam o início ou a tomada de turno.
- Mediais: né?, sabe?, entende? digamos, advérbios, conjunções, alongamentos (2), que são responsáveis pelo desenvolvimento do turno.
- Finais: né?, não é?, entendeu?, perguntas diretas, pausa conclusa, que assinalam a passagem implícita ou explícita do turno.

Conforme Koch (2003b, p. 80), o atual detentor do turno pode escolher o próximo falante; caso isso não aconteça, um outro participante pode tomar posse da palavra; se nenhum participante assumir a palavra, aquele que detinha o turno até então pode continuar a falar, até o seguinte espaço de transição; e assim sucessivamente.

Para a autora (2003b, p. 80), muitas vezes acontece o que se denomina assalto ao turno, isto é, quando um participante tenta tomar o turno fora do momento adequado. Esse assalto ao turno pode se dar de maneira eficaz ou não. Nesses momentos, acontece oralmente o fenômeno da sobreposição de vozes, que consiste no fato de, por alguns momentos, dois (ou mais) participantes falarem simultaneamente, até que um deles desista e o outro fique definitivamente na posse do turno.

Durante uma interação, os parceiros têm sua atenção centrada em um ou diversos assuntos (tópico discursivo). Esses assuntos são, de certa forma, delimitáveis no texto conversacional embora, com frequência, passem de um assunto a outro. Se, ao final de uma conversa, for questionado aos participantes sobre o que eles falaram, provavelmente eles serão capazes de enumerar os principais “tópicos” abordados. (KOCH, 2003b, p. 81).

Cabe fazer uma breve explanação sobre o conceito de tópico discursivo. Assim, temos:

Na linguagem comum, *tópico* é, portanto, *aquilo sobre o que se fala*. A noção de tópico, todavia, é mais complexa e abstrata. É verdade que poderíamos dividir (segmentar) um texto conversacional em fragmentos recobertos por um mesmo tópico. Acontece, porém, que cada conjunto desses fragmentos irá constituir uma unidade de nível mais alto; várias dessas unidades, conjuntamente, formarão outra unidade de nível superior e assim por diante.

Cada uma dessas unidades, em seu nível próprio, é um tópico. Para evitar confusão, podemos denominar aos fragmentos de nível mais baixo de *segmentos tópicos*; um conjunto de segmentos tópicos formará um *subtópico*; diversos subtópicos constituirão um *quadro tópico*; havendo ainda um tópico superior que englobe vários tópicos, ter-se-á um *supertópico*. (KOCH, 2003b, p. 81-82)

A interação considerada como categoria de análise permite que se discutam a qualidade e a circunstância da reciprocidade dos variados comportamentos humanos, em diversos contextos, práticas e situações.

Entretanto, a Linguística da atualidade se preocupa em delimitar a noção, reservando para si a tarefa de analisar especialmente uma parte do fenômeno, ou seja, a interação verbal, também ela vista como algo heterogêneo e historicamente situado, assim como toda e qualquer interação. Alguns linguistas chamam a atenção para o fato de que a ausência de manifestação verbal, ou seja, linguagem verbal, em certas ocasiões não exclui a presença obrigatória da linguagem na condição de toda forma de percepção. Assim, pode-se dizer que mesmo estando em silêncio, os indivíduos estão interagindo.

A língua não é simplesmente um intermediário entre o pensamento humano e o mundo, ela não é só signo, é ação, é trabalho coletivo dos falantes.

De acordo com Morato, (2005, p. 330), Bakhtin vincula as interações verbais às interações sociais mais amplas, relacionando a noção de interação não somente com as situações face a face, mas também às situações enunciativas, aos processos dialógicos, aos gêneros discursivos, à dimensão estilística do gênero, entre outros. De acordo com a perspectiva bakhtiniana, a interação verbal é a “realidade fundamental da língua” (MORATO, 2005, p.330), e o discurso o modo pelo qual os sujeitos produzem essa interação, um modo de produção social da língua.

De acordo com Rodrigues (2003, p. 18), a conversação é a uma interação verbal centrada, ela é um evento de fala especial que se desenvolve durante o tempo em que os interlocutores (dois ou mais) têm sua atenção dirigida para uma tarefa comum.

Para a autora, a língua falada é uma atividade que se dá em um contexto específico, ela é resultado da tarefa cooperativa de dois ou mais interlocutores num mesmo momento e num mesmo espaço. Assim sendo, a dialogicidade instaurada pela situação face a face é que caracteriza a língua falada.

Com relação à língua escrita, a autora afirma que ela não é pura transcrição da fala. O ato de escrever constitui uma ação solitária, ou seja, o escritor, no ato de escrever, não

interage com seu leitor. O escritor cria seu texto sozinho, sem a colaboração do suposto leitor, e as tarefas de planejar e elaborar o texto são de inteira responsabilidade do escritor.

Fazendo um comparativo entre língua falada e língua escrita ainda há outras características de oposição entre uma e outra consideradas por Rodrigues (2003, p. 19) que são: tendência para o não planejamento e envolvimento da língua falada e planejamento e distanciamento (ou não envolvimento) da língua escrita.

Em se tratando de língua na modalidade falada e língua na modalidade escrita, Barros (2000, p. 57) considera que há grande dificuldade e até mesmo uma impossibilidade de uma separação bem marcada entre fala e escrita e as estratégias de construção de sentido dos diversos discursos existentes em meados de posições ideais de língua falada e de língua escrita.

Barros (2000, p. 59-72), ainda tratando sobre a língua falada e a língua escrita, traz considerações acerca do tempo, do espaço e do ator na fala e na escrita.

Em relação ao tempo na escrita e na fala a autora afirma que temos: na fala, elaboração e produção coincidem no eixo temporal, enquanto na escrita há dois momentos diferentes, o primeiro em que se elabora o texto, o segundo em que ele é efetivamente produzido. Assim, no texto escrito: há planejamento, há ausência de marcas de formulação e de reformulação, há continuidade. No texto falado (oral) não há planejamento, há presença de marcas de formulação e de reformulação, há descontinuidade. (cf. BARROS, 2000, p. 59-60).

Quanto ao espaço na escrita e na fala ela afirma que na fala há a presença dos interlocutores (dois ou mais) e a presença de contexto situacional. Já na escrita há ausência dos interlocutores e ausência do contexto situacional. Há apenas a instauração de um leitor presumido.

E, em se tratando do ator na modalidade falada e na modalidade escrita, Barros (2000, p. 67) afirma que no texto falado existe construção “coletiva” e alternância de papéis, há aproximação da enunciação, descontração e ainda simetria. Em contrapartida, no texto escrito existe construção individual e ausência de alternância de papéis, há distanciamento da enunciação, presença de formalidade e assimetria.

Considerando ainda os estudos de Barros (2000, p. 76) cabe fazer um comparativo entre a aceleração e a desaceleração na fala e na escrita. Acerca disso, de acordo com a autora, o texto falado apresenta-se acelerado (rápido/pontual) enquanto o escrito é desacelerado (lento/durativo) (cf. BARROS, 2000, p. 76).

Como já citado nessa dissertação, a língua escrita não é pura transcrição da língua falada. A língua na modalidade escrita não transcreve apenas a modalidade falada em outra

substância de expressão. Ela faz uso de materiais diferentes da fala para expressar, e utiliza também, de maneira diferente, conteúdos que a fala exprime pela sonoridade da expressão.

Assim, a partir das considerações de Barros (2000), podemos afirmar que os vários fatores apresentados para caracterizar a língua falada e a língua escrita ideais evidenciaram a existência de um número considerável de posições intermediárias. Portanto, fala e escrita são modos e formas diferentes de criar sentidos e de criar relações entre os indivíduos.

O pressuposto de que o texto escrito é mais formal (e, portanto, sem repetições, sintaticamente mais elaborado), enquanto o texto falado é informal (com grande presença de repetições e orações fragmentadas) é desconstruído se pensarmos que existem textos escritos que contêm repetições, gírias e marcadores conversacionais (como é o caso das cartas informais, bilhetes, poesias, letras de músicas, etc.). Há também língua falada na qual pode-se observar fala semelhante às estruturas canônicas da língua, com linguagem formal e considerável variedade lexical. Vejamos os inquéritos recolhidos pelo projeto Nurc/SP (Norma Urbana Culta do Estado de São Paulo), com dados oriundos apenas da variante culta, considerada de prestígio.

A respeito da dicotomia entre fala e escrita afirma Marcuschi (2003, p. 16):

Considerava-se a relação oralidade letramento como dicotômicas, atribuindo-se à escrita valores cognitivos intrínsecos no uso da língua, não se vendo nelas duas práticas sociais. Hoje, [...], predomina a posição de que se pode conceber oralidade e letramento como atividades interativas e complementares no contexto das práticas sociais e culturais.

Marcuschi (2003) defende ainda a ideia de que é mais interessante clarear a natureza das práticas sociais que envolvem o uso da língua do que identificar primazias e supremacias entre oralidade e letramentos.

Hoje existem comunicações escritas chamadas de “síncronas”, que ocorrem em tempo real na internet, como é o caso dos bate-papos. Podemos afirmar que nessas comunicações em tempo real pela internet, há características tanto da fala como da escrita. Características, antes exclusivas da fala, como por exemplo, a simultaneidade temporal, passam a ser possíveis na prática da escrita.

Marcuschi (1998) apresenta algumas sugestões para análise de ações conjuntas desenvolvidas nas interações verbais face a face, que podem ser caracterizadas como *atividades de compreensão*. Para esse autor, a língua é uma atividade contextualmente situada, cognitivamente determinada, histórica e socialmente construída e, não apenas um



instrumento autônomo de codificação, produção e transmissão de sentidos. Portanto, segundo Marcuschi (1998), língua é ação.

O texto é um evento discursivo e a interação verbal é uma atividade semântica, um espaço de significações. Assim, qualquer texto não é apenas uma unidade de sentido, mais do que isso ele é um lugar de discurso.

Em relação à coerência conversacional, essa se constrói como um esforço de encadeamento multiplamente comandado, de forma que os sentidos são conduzidos tanto por processos léxico-gramaticais, quanto por processos colaborativos exercidos na atividade discursiva e por suposições mútuas. Dessa forma, podemos afirmar que não é apenas o linguístico que conduz o sentido, mas a colaboração entre os participantes, em dada situação de interação.

A coordenação e sincronização de ações contribuem de maneira decisiva para criar espaços e oportunidades de significação. Negociação e produção conjunta são atividades essenciais para a produção de sentidos. Em situações de interação, os interlocutores negociam a todo o momento. O importante é observar a habilidade desenvolvida pelos falantes no uso das estratégias conversacionais com o objetivo de se entenderem.

Assim, são “atividades de compreensão” apresentadas por Marcuschi (1998) a negociação, o foco comum, demonstração de (des)interesse e (não)partilhamento, construção de conhecimento interativamente, construindo de conhecimento, condições e regras de jogo; marcas de atenção (olhares, movimentos, etc.).

Vale destacar que nem tudo o que se compreende numa interação social vem apresentado em linguagem verbal; mas muito do que se vê nesse tipo de interação está na própria relação construída entre os indivíduos e nas atividades contextualizadas, já que as ações são contextuais, engajadas, localmente significativas e vivenciadas.

Saliés e Shepherd (2013, p. 07) consideram que a história já demonstrou que a sociedade muda quando novas invenções são trazidas para o nosso cotidiano. Tecnologias como a TV, o celular e o computador antes de estarem presentes em nossas vidas de forma imperceptível, causaram um grande impacto: aquilo que era previsível e confortável passou a ser instável e imprevisível. Nos dias atuais, quando nos deparamos com essas tecnologias, raramente nos perguntamos qual a sua contribuição; porém, não conseguimos viver sem elas.

Segundo as autoras, a última fronteira na qual o tecnológico vem causando impacto à sociedade é a internet. Há na internet mais de 1.000 línguas representadas.

Saliés e Shepherd (2013, p. 07) afirmam que, segundo estatísticas publicadas pelo site Internet World Stats<sup>2</sup>, as dez línguas mais usadas até 2011 foram o inglês, o chinês, o espanhol, o japonês, o português, o alemão, o árabe, o francês, o russo, o coreano, nessa ordem, o que resulta em, aproximadamente, sete milhões de internautas empenhados social e culturalmente na construção do sentido. Há também na internet uma grande expansão de mídias diversas. Há as mídias mais colaborativas, como, por exemplo, a *Wikipédia*<sup>3</sup>; há as mais dedicadas ao compartilhamento, como o *YouTube*<sup>4</sup>; e há as mais interacionais, como os *Blogs*<sup>5</sup>, *Twitter*<sup>6</sup>, *Tumblr*<sup>7</sup> e *Facebook*. À medida que a internet aumenta essa infraestrutura, ela atende as necessidades de comunicação e cria outras formas de colaboração, compartilhamento e interação. A Linguística não poderia desconsiderar esse espaço.

Então, afinal, o que vem ser a Língua da Internet? De acordo com Saliés e Shepherd (2013, p. 08), uma resposta reducionista seria:

Uma Linguística de base empírica, de natureza aplicada, cujo ponto de partida é o uso da linguagem e não os linguistas. Apoia-se em todas as subáreas da própria Linguística, examinando o discurso, a sintaxe, a semântica, a sociolinguística, a pragmática e a psicolinguística da internet. Dessa forma, busca entender como, por que e através de quem e de que *output* dá-se a construção do sentido em ambientes digitais.

Carvalho e Kramer (2013, p. 81) afirmam que hoje, o *facebook* é a rede mais popular<sup>8</sup> de relacionamentos no Brasil. Esse site de relacionamentos congrega pessoas das mais variadas idades, classes sociais, graus de instrução, mesmo que por forças sociais, essas diferenças continuem sendo bem marcadas pelos perfis dos usuários e pela rede que os integram. Mostrando na capa esse fenômeno de comunicação, a revista *Veja*<sup>9</sup> publicou, a respeito, reportagem com dados bem elucidativos. Mark Zuckerberg, o criador do *Facebook*,

<sup>2</sup><http://www.internetworldstats.com/>

<sup>3</sup>Wikipédia é uma espécie de enciclopédia on-line e é também uma espécie de comunidade virtual constituída de pessoas interessadas na construção de uma enciclopédia feita a partir da contribuição de todos os usuários pertencentes a essa comunidade virtual.

<sup>4</sup>YouTube é um site destinado ao carregamento e compartilhamento de vídeos em formato digital.

<sup>5</sup>Blogs são sites que têm estruturas que permitem a atualização rápida a partir de acréscimos de artigos ou postagens. São uma espécie de diário virtual.

<sup>6</sup>O Twitter é uma rede social (espécie de microblogging) que permite aos usuários enviar e receber textos com até 140 caracteres contendo atualizações pessoais de outros contatos.

<sup>7</sup>O Tumblr é uma plataforma de blogging com várias funcionalidades próprias das redes sociais (interação com outros usuários; publicação de textos, imagens, vídeos, links; “seguir” outros usuários; etc).

<sup>8</sup>Segundo pesquisa do Ibope Nielsen Online, em 10 de setembro de 2011, o Facebook ultrapassou o número de usuários do Orkut, no Brasil, atingindo 30,9 milhões de usuários únicos, o que corresponde a 68,2% dos internautas que acessam a internet no Brasil do trabalho ou de sua residência. De acordo com a mesma pesquisa, o Facebook congrega mais de 750 milhões de pessoas no mundo. Informação obtida em: SHEPHERD, T. G. e SALIÉS, T. G. **Linguística da Internet**. São Paulo: Contexto, 2013, p. 81.

<sup>9</sup>*Veja*, 8 fev. 2012 (edição 2.255/2012 45/n. 6). Informação obtida em: SHEPHERD, T. G. e SALIÉS, T. G. **Linguística da Internet**. São Paulo: Contexto, 2013, p. 81.

aos 27 anos, teve sua criação avaliada em cem bilhões de dólares. De acordo com a reportagem, apresentada com o título “O *Facebook* engole o mundo”, no Brasil, 75 em cada 100 usuários da internet, conectados à web, entram no *Facebook*, elevando esse número na Índia e nos Estados Unidos para 80 usuários. A mesma reportagem ainda acrescenta que “o *Facebook* cresce e encolhe o planeta”. Entre os outros países, apenas a China vetou seu uso, ainda assim, somam-se 845 milhões seus adeptos em todo o mundo. O *Facebook* não foi a primeira rede social, entretanto tornou-se uma das mais atraentes, oferecendo ao usuário um maior número de recursos e possibilidades de interação, que propiciam de forma fácil a troca de imagens e vídeos em tempo real, podendo ser acessado por diversos equipamentos eletrônicos tais como computador, telefone celular, *tablets* e *smartphones*.

De acordo com recente declaração de Zuckerberg: “estamos acostumados a falar no impacto que tiveram no passado invenções como a imprensa e a televisão. Agora, nossa sociedade atingiu um novo ponto de inflexão”<sup>10</sup>. É hora de falar do impacto que tem nos dias atuais as novas mídias.

De acordo com Carvalho e Kramer (2013), as postagens contidas nas páginas do *facebook* contém, em sua interface, a alternativa do acréscimo de comentários, de compartilhamento da informação e do ato de “curtir” (que significa demonstrar a aprovação de algum conteúdo divulgado). Os usuários definidos como leitores/receptores têm a possibilidade de aprovar (“curtir”) um conteúdo (texto, vídeo, etc) ou para criticá-lo com comentários positivos ou negativos.

Para as autoras, em tempos de popularização das redes sociais, fica mais difícil censurar o leitor/receptor real, pois os recursos tecnológicos que vêm surgindo nos suportes midiáticos estão fazendo com que os leitores se tornem cada vez mais agentes na construção e divulgação da informação. Quando compartilha um conteúdo, o usuário divulga a informação para os destinatários/receptores interligados de forma digital e social transformando esses destinatários/receptores em enunciadores, uma vez que eles repassam a informação produzida pelos locutores socialmente autorizados.

Dissertando especificamente sobre notícias jornalísticas, Carvalho e Kramer (2013, p. 91) afirma que nas redes sociais, as notícias transformam-se em temas de debates, interações e conversas. Para elas, nos espaços dessas redes acontecem, de forma simultânea, duas situações de comunicação: a publicação da informação através da escrita pela instância

---

<sup>10</sup>Declaração obtida em: SHEPHERD, T. G. e SALIÉS, T. G. **Linguística da Internet**. São Paulo: Contexto, 2013, p. 81.

mediática e o momento de recepção, com posterior discussão da informação por parte daqueles que receberam a mensagem.

Assim, podemos considerar que, nos mesmos espaços, ou seja, nos espaços das redes sociais, não só as notícias, como qualquer outro tipo de conteúdo (textos informativos, fotos, piadas, imagens, vídeos, etc) transformam-se em temas de debates, interações e conversas. E há também, nesses espaços, não apenas a publicação da informação, mas ainda a divulgação do conteúdo através da publicação pela instância midiática e o momento de recepção, com posterior discussão da informação pelos receptores do conteúdo.

Tendo contato na rede social, as pessoas estão em interação em diversas ocasiões. Por isso, faz-se necessário fazer mais algumas considerações acerca dessa interação.

A discussão que nos interessa neste trabalho recai sobre a interação como um fenômeno, ou seja, algo suscetível de ter desenvolvimento esperado ou inesperado. Assim, afirma Leite (2012, p. 217):

O esperado é tudo o que se enquadra no padrão da interação e no horizonte sociocultural e histórico dos falantes, desde o *gênero discursivo* selecionado para a situação, que inclui tópicos discursivos, registros de linguagem e comportamento; o inesperado, o que escapa de algum – ou alguns – ponto(s) do padrão ou do horizonte dos interactantes. O esperado leva a interação a bom termo, e o inesperado lhe causa algum tipo de turbulência, o que pode, ou não, causar sua ruptura, ou até mesmo a ruptura de relacionamentos pessoais.

Os limites de cada situação de interação são criados internamente em cada enunciação (pelos próprios falantes) e as regras estabelecidas devem ser respeitadas. Assim, podemos afirmar que os indivíduos não “fazem e dizem o que querem” nos momentos de interação, mas o que lhes é permitido dizer e fazer em tais momentos, conforme as máximas de Grice apresentadas anteriormente.

O lugar abstrato que acolhe e organiza vozes, ações e costumes, no qual os enunciados se concretizam, é o discurso. O discurso é, portanto, um espaço preenchido, mas que sempre se renova com base nas práticas sociais e discursivas. É em relação a isso que se refere Bakhtin quando fala a respeito da *responsividade* de todo enunciado e à *normatividade* dos gêneros do discurso. A responsividade está relacionada à polifonia presente no enunciado, tendo em vista que o indivíduo, quando aprende a falar, se insere na corrente de um discurso construído pelos falantes que o antecederam. Para Bakhtin (2003, p.272):

[...] todo falante é por si mesmo um respondente em maior ou menor grau: porque ele não é o primeiro falante, o primeiro a ter violado o eterno silêncio do universo, e pressupõe não só a existência do sistema da língua que usa,

mas também alguns enunciados antecedentes – dos seus e alheios – com os quais o seu enunciado entre nessas ou naquelas relações (baseia-se neles, polemiza com eles, simplesmente os pressupõe já conhecidos do ouvinte). Cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados.

A complexidade discursiva baseia-se no fenômeno de o discurso ser sempre, eternamente, uma (re)criação. Os falantes não criam discursos, eles os recriam, e por isso se sentem seguros. Em relação a isso, afirma Bakhtin (2003, p.283):

Os gêneros do discurso organizam o nosso discurso quase da mesma forma que o organizam as formas gramaticais (sintáticas). Nós aprendemos a moldar o nosso discurso em forma de gênero e, quando ouvimos o discurso alheio, já adivinhamos o seu gênero pelas primeiras palavras, adivinhamos um determinado volume (isto é, a extensão aproximada do conjunto do discurso), uma determinada construção composicional, prevemos o fim, isto é, desde o início temos a sensação do conjunto do discurso que em seguida apenas se diferencia no processo da fala. Se os gêneros do discurso não existissem e nós não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo do discurso, de construir livremente e pela primeira vez o enunciado, a comunicação discursiva seria quase impossível.

A noção da normatividade no discurso é recorrente no texto de Bakhtin e, mesmo sendo menos explorada nos estudos que interpretam o pensamento desse autor, a noção de normatividade é essencial à definição de gênero. Não são apenas os gêneros mais “duros” – como, por exemplo, o comando militar lacônico padronizado – que se submetem à norma, mas também aqueles que fazem parte do dia a dia das pessoas. Os gêneros mais leves e flexíveis, ou seja, aqueles que oferecem mais espaço para a criatividade do falante, como, por exemplo, as conversas familiares, são também regidos por normas. Assim, a interação constrói conhecimentos (sobre as normas, por exemplo), pois o ato de enunciar exige do sujeito, de um lado que se aproprie de conhecimentos linguísticos e discursivos já postos no mundo por outros e, de outro, permite que ele interfira no processo de apropriação, mesmo que de maneira imperceptível.

Carvalho (2005, p. 60) procede à seguinte definição sobre o estilo do gênero:

O estilo é a base para a compreensão do *éthos* do enunciador: a imagem que constrói de si depende da imagem que constrói do outro, no contexto específico de cada interação verbal. O *éthos* se relaciona, dessa forma, com os simulacros que circulam na comunicação: estilos mais formais, por exemplo, produzem efeito de sentido de distanciamento, privilegiando a *persona* - o papel público do enunciador – em detrimento da *pessoa* – o papel privado; estilos mais informais em contrapartida, produzem efeito de sentido de aproximação, valorizando a *pessoa* em detrimento da *persona*.

Fiorin (2004, p.2-5), ao se valer do pensamento bakhtiniano, estabelece a distinção entre as noções de gênero:

Os gêneros são organizações relativamente estáveis caracterizados por uma temática, uma forma composicional e um estilo. [...] Os gêneros são inúmeros, pois eles dizem respeito à esfera das atividades cotidianas (relações de amizade, convívio familiar, etc.), bem como à esfera das atividades institucionalizadas (prática religiosa, atividades escolares, relações jurídicas). Em cada uma dessas esferas de atividade, há inúmeros gêneros textuais.

Em relação linguística, pode-se afirmar que ela é o estudo científico da linguagem. De acordo com Dubois (2001, p. 390):

Se se propõe (...) a primeira definição da linguística como estudo científico da linguagem, encontram-se de fato muito poucos que visem a esse objetivo. A preocupação maior nunca parece ser a da linguagem; mesmo no século XIX, tão rico em estudos gramaticais, é a história das línguas e as relações que elas mantêm que são visadas, não a língua em si mesma.

Acerca de sincretismo, Teixeira (2004) define como sincrético:

(...) um objeto que, acionando várias linguagens de manifestação, está submetido, como texto, a uma enunciação única que confere unidade à variação. Objetos sincréticos para dizer com mais rigor, são aqueles em que o plano de expressão se caracteriza por uma pluralidade de substâncias mobilizadas por uma única enunciação cuja competência de textualizar supõe o domínio de várias linguagens para a formalização de uma outra que as organize num todo de significação. (TEIXEIRA, 2004, p.: 11).

Quanto ao estilo, este supõe efeito de sujeito e quanto a isso Discini (2004, p. 38) considera:

Sujeito remete a actante, unidade sintática que enfeixa, no nível narrativo, os movimentos do sentido, ainda generalizados do nível fundamental. No nível narrativo, o sujeito constitui-se pela relação com o objeto, numa relação de pressuposição recíproca. Abstrai-se, assim, a narratividade de qualquer enunciado. Abstrai-se também assim a narratividade da enunciação, a instância do *eu, aqui, agora*, sempre pressuposta ao que é dito. Temos, então, um actante-sujeito da enunciação, sempre implícito no enunciado. Esse actante, individualizado no nível discursivo, é o ator da enunciação, em se tratando de uma totalidade de discursos.

De acordo com Ramos (2007, p. 29) , a apreensão do sentido dos textos não é exterior e apriorístico ao signo, é o resultado da junção dos dois planos compreendidos na linguagem, ou seja, o plano da expressão e o plano do conteúdo. Um texto (visual, verbal ou sincrético), deve ser entendido como um todo de sentido. Se ele é um todo de significação, tem uma

organização sintática e uma organização semântica que são responsáveis pela produção de sentido. Se entendermos o texto como um objeto que circula em uma dada sociedade, ele deve ser visto em situação de comunicação, o que pressupõe um enunciado em relação a uma enunciação. Se levarmos em conta a organização interna e a inserção sócio-histórica de um texto, devemos observá-lo como um objeto de comunicação que tem coerções, devido a uma organização que proporciona um sentido.

Ao tomar a enunciação, como instância de mediação entre a língua e o discurso, e ao considerar o modo de presença do sujeito, como determinado pelo sistema de restrições semânticas da formação discursiva de que faz parte, busca-se depreender o modo próprio de ver e perceber o mundo do sujeito inscrito em uma dada formação discursiva. Entretanto a esse sujeito será somada a investigação de seu corpo, voz, tom de voz e caráter, ou seja, o *éthos*, princípio que orienta a noção de estilo. (RAMOS, 2007, p. 29)

Fiorin (2008, p. 137) remetendo à Benveniste (1974, p. 79-88) afirma que “a enunciação é a instância que povoa o enunciado de pessoas, de tempos e de espaços”.

Ainda em relação à enunciação, pode-se dizer que ela é a instância linguística logicamente pressuposta pela existência do enunciador. Enunciador e enunciatário são o autor e o leitor implícitos, ou seja, uma imagem do autor e do leitor construída pelo texto. (FIORIN, 2008, p. 138).

À imagem do enunciador chama-se *éthos* e à do enunciatário *páthos*.

Fiorin (2008, p.161) afirma:

Os atores da enunciação, imagens do enunciador e do enunciatário, constituem simulacros do autor e do leitor criados pelo texto. São esses simulacros que determinam todas as escolhas enunciativas, sejam elas conscientes ou inconscientes, que produzem o discurso.

No discurso existem duas instâncias: a do enunciado e a da enunciação. Com as marcas da enunciação deixadas no enunciado (por exemplo, pronomes pessoais e possessivos, adjetivos e advérbios apreciativos, dêiticos temporais e espaciais, verbos performativos) podemos reconstruir o ato enunciativo que é tão material quanto o enunciado, na medida em que ele se enuncia.

No texto, distinguimos a enunciação enunciada e o enunciado enunciado. Com relação à enunciação enunciada, dizemos que é o conjunto de elementos linguísticos que indicam as pessoas, os espaços e os tempos da enunciação, bem como todas as avaliações, julgamentos, pontos de vista que são de responsabilidade do *eu*, revelados por adjetivos, substantivos,

verbos, etc. Já em relação ao enunciado enunciado, temos o produto da enunciação despido das marcas enunciativas.

Assim sendo, existem elementos do texto que remetem à instância da enunciação (o *eu* inscrito no discurso) e elementos que se referem à instância do enunciado (*não eu*).

Após algumas considerações acerca de elementos que estão diretamente relacionados a estilo, podemos reafirmar que o estilo será aqui analisado em textos da internet, especificamente textos do *facebook* com temática institucional. É importante destacar que, levando-se em consideração uma estilística discursiva - que sai do estilo para reconstruir o homem - tudo tem estilo.

Cabe fazer uma pequena consideração acerca de *hiperlinks*, elementos tão importantes na utilização de gêneros virtuais. Para isso seguimos, Koch (2003a, p. 64) que menciona:

Uma das principais inovações do texto eletrônico são, justamente, os *hiperlinks*, dispositivos técnico-informáticos que permitem efetivar ágeis deslocamentos de navegação *on-line*, bem como realizar remissões que possibilitam acessos virtuais do leitor a outros hipertextos de alguma forma correlacionados.

No que concerne à noção de inferência, consideremos a seguinte definição de Koch e Travaglia (2003, p. 79) :

Inferência é a operação pela qual, utilizando seu conhecimento de mundo, o receptor (leitor/ouvinte) de um texto estabelece uma relação não explícita entre dois elementos (normalmente frases ou trechos) deste texto que ele busca compreender e interpretar; ou, então, entre segmentos de textos e os conhecimentos necessários para sua compreensão.

Para poder compreender integralmente a maioria dos textos que se lê ou ouve é necessário que se faça uma série de inferências. Se assim não fosse, os textos tornar-se-iam excessivamente longos para poderem explicitar tudo o que queremos comunicar. Cabe, portanto, ao enunciatário ser capaz de atingir os vários níveis de implícito, se quiser ter uma compreensão mais profunda daquilo que ouve ou lê. Em textos presentes na internet – e aqui interessa-nos, como já foi dito, textos do *facebook*- é nítido que os participantes possuem boa parcela de conhecimentos comuns, pois muito do que é conversado não é explicado detalhadamente; cabendo ao enunciadador e ao enunciatário fazer muitas inferências durante a conversa.

Cabe dizer que a página do *facebook* apresenta características “relativamente” estáveis e inscritas em certo contexto sócio-histórico, o que nos faz pensar que a mesma possa ser vista como gênero. Entretanto, por apresentar em sua composição vários gêneros, a página



do *facebook* ainda pode ser considerada um hipergênero ou ainda pode ser tida como suporte que dá acesso a outros gêneros.

## Cap. II

### A PÁGINA INSTITUCIONAL COMO GÊNERO DISCURSIVO?

Todos sabemos da importância da internet no mundo hoje. De acordo com Galli (2010, p. 149) desde o seu surgimento (final da década de 80) até os dias atuais, e contemporaneamente de forma mais intensa, a informática, responsável pelo crescimento da tecnologia, tem contribuído de forma significativa para a melhoria da qualidade dos serviços em todas as áreas do conhecimento. A internet, rede mundial de computadores, permite ao usuário o acesso a informações do mundo todo com grande rapidez e agilidade. Desse modo, ele troca, armazena e obtém informações globalizadas em milésimos de segundos.

Para a autora, tratando especificamente da aquisição rápida da informação, a internet dispõe de um recurso chamado *link*, ou seja, quando o usuário clica sobre um *link*, o computador faz uma busca automática, de um conteúdo em qualquer lugar do mundo. E, para essa busca, não há necessidade de se saber (caso não seja importante) de onde vem a informação e/ou quem a escreveu.

Ela afirma ainda que a internet é um meio de comunicação que se enquadra no dispositivo “Todos e Todos”. A internet proporciona a interação entre autor e leitor (enunciador e enunciatário), uma vez que, na rede, qualquer elemento adquire a possibilidade de interação, havendo interconexões entre pessoas dos mais variados lugares facilitando, portanto, tanto o contato entre elas, quanto a busca por opiniões e ideias convergentes ou divergentes.

Marcuschi (2010, p. 16) afirma que “a Internet é uma espécie de protótipo de novas formas de comportamento comunicativo”. Para o autor, o impacto das tecnologias digitais na sociedade atual está apenas começando, entretanto já mostrou com força suficiente que tem enorme poder tanto para construir como para devastar.

Tal como foi dito no capítulo I desta dissertação de mestrado, existem múltiplas maneiras de explorar a internet e nela há diversos modos de interação. Interações síncronas ocorrem, por exemplo, em diálogos que acontecem em *chats* pela internet. Interações síncronas ocorrem, por exemplo, através de *e-mails*.

Vale lembrar ainda que, conforme citado no capítulo I, de acordo com Marcuschi (2010, p. 36), no caso do *facebook*, em particular, existe uma série de novidades que não só simulam, mas realizam efetivamente a interação (seja ela síncrona ou assíncrona).

Quando se fala acerca de internet não se pode ignorar o fato de que a *web* é uma excelente ferramenta para *marketing*, vendas e publicidade. Todavia, isso não se limita somente à comercialização de produtos, mas também aos textos, que podem combinar ilustrações, cores, vídeo e som, os quais o interlocutor pode selecionar e percorrer apenas clicando no *mouse*. (MARCUSCHI, 2010, p. 154).

Importante lembrar que, tal como analisamos no capítulo I acerca das definições da semiótica sincrética, conforme Teixeira (2008, p. 5), para ler o texto visual não se pode esquecer de considerar que o conteúdo se submete às coerções do material plástico e que essa materialidade também significa. Para ler um texto visual é necessário ter uma metodologia de análise que trabalhe com categorias específicas, cada vez mais bem formuladas pela semiótica plástica, que analisa sistemas semi-simbólicos; é necessário ir além da simples observação de linhas, volumes e cores.

Para a autora, os sistemas simbólicos são definidos pela semiótica como sistemas em que há conformidade total entre expressão e conteúdo.

Vale reafirmar que a leitura da imagem, pintura ou fotografia, vem da materialidade que dá forma ao sentido, tendo como ponto de partida a observação das quatro categorias do plano de expressão que são as categorias cromáticas, eidéticas, topológicas e matéricas.

Retomando as afirmações de Teixeira (2008, p. 305) na leitura de um texto visual se a análise do plano da expressão vem primeiro, somente a combinação com o plano do conteúdo será capaz de dar explicação ao semi-simbolismo, os efeitos de sentido, a práxis enunciativa que inscreve historicamente o discurso. A leitura é capaz de restabelecer o sentido do texto, que não é apenas unitário. A análise de um texto visual, seja ele uma imagem, uma pintura ou uma fotografia, após segmentar, separar e classificar, deve novamente ajuntar e articular as partes do texto, para, então, dar sentido à leitura do texto.

Voltando à questão da internet e de sua força de mercado, Galli (2010, p. 154) considera ainda que a internet tem uma grande força mercadológica que pode ser utilizada para a realização de vendas de produtos e serviços, e também para a distribuição de informações, o que também é característico de estratégias de *marketing*. Por meio do uso dessas estratégias entra em cena a persuasão, visto que toda mensagem tem, por trás de si, um enunciador que quer persuadir o seu enunciatário, usando de diversos recursos de natureza linguística ou não. Dessa forma, talvez um dos pontos cruciais a ser considerado na leitura de um texto é que quem o produz (o enunciador) está interessado, de alguma forma, em convencer o outro (o enunciatário) de algo. Assim, o enunciador ativa todos os recursos

possíveis, com a intenção de levar o enunciatório a crer naquilo que o texto diz e, ainda, fazer aquilo que é proposto.

Sobre *marketing* define Bechara (2011, p. 829):

Marketing – 1. Conjunto de técnicas de comercialização de produtos que parte da pesquisa junto ao consumidor, visando ao lançamento ou à permanência desses produtos no mercado, bem como ao aumento do lucro da empresa, sua sobrevivência e expansão. 2. Conjunto de estratégias e ações que visam a consolidar imagem de pessoa ou instituições políticas, conceitos etc.: marketing pessoal; marketing cultural.

Refkalefsky (s.d, p. 6-7) diz que é preciso diferenciar o marketing “de superfície” (adaptação) do marketing “de essência”. O primeiro caso faz referência ao fato de que muitos executivos e profissionais de comunicação ao pensarem em *marketing* se limitam aos aspectos “cosméticos” das mercadorias. No nível superficial das adaptações, o que realmente é válido é a retórica e a capacidade persuadir o outro. Já a segunda visão aborda a adaptação em profundidade, que mergulha na alma dos produtos, ideias e pessoas. Nela não se trata de modificar a superfície, mas a essência. Em vez de adaptações adjetivas, ocorrem adaptações substantivas. Assim, por exemplo, em uma indústria alimentícia, 80% do planejamento de marketing deveria ser destinado ao estudo de nutrição e engenharia de alimentos e apenas 20% deveriam ser destinados às técnicas de persuasão e à retórica, incluindo a comunicação propriamente dita, elaboração e execução de propagandas e táticas de promoção de vendas.

De acordo com Galli (2010, p. 154) aquele que persuade leva alguém à aceitação de uma dada ideia. A persuasão é o resultado de certa organização da mensagem que a constitui como sendo verdadeira para quem a recebe. Na internet, a questão da persuasão é muito evidente, na medida em que é possível perceber que as mensagens e textos são dotados de poder persuasivo que vão desde cores, ilustrações, forma de apresentação até a linguagem utilizada pelo enunciador.

Tomemos a força mercadológica, dada por meio das estratégias de *marketing* apresentadas pelos textos que serão analisados nesta dissertação. Analisando as páginas institucionais do *facebook* de temática educacional é possível notar a presença de marcas do gênero anúncio publicitário. No caso dessas páginas, é comum a publicidade ser feita através de texto escrito e do uso de imagens com o objetivo de estimular, seduzir e persuadir o interlocutor a efetuar determinada ação. Na maioria dos textos analisados, observamos a presença da modalização deôntica, tendo como objetivo principal levar o enunciatório a seguir a programação proposta pelo texto da ação.

É importante registrar que a linguagem publicitária, de acordo com Carvalho (2003, p. 9) geralmente apresenta manipulação. Ela utiliza recursos estilísticos da linguagem do dia a dia para informar, mas também para manipular, para tentar impor algo que pode ser um nome, uma ideia, uma marca ou um produto. A linguagem publicitária usa de forma racional instrumentos e recursos para seduzir e/ou convencer o público alvo.

Cabe aqui fazer uma diferenciação entre as denominações propaganda e publicidade. Bechara (2011, p. 1037) define propaganda como “disseminação de ideias, princípios, conhecimentos ou produtos”. E em relação à publicidade o mesmo autor considera:

publicidade – 1. Ato ou efeito de fazer alguém ou alguma coisa conhecidos e aceitos pelo publico. 2. Conjunto dos meios de comunicação empregados para fazer conhecidos uma pessoa, uma empresa, um produto etc. 3. Material usado para divulgação (folhetos, cartazes, anúncios em rádio e televisão etc.). (2011, p.1044)

Retomando Carvalho (2003, p. 10) a propaganda política, institucional, religiosa, ideológica está relacionada à questão de valores éticos e sociais e a publicidade comercial está ligada à questão dos desejos. A publicidade manipula símbolos para mediar objetos e pessoas e para essa mediação utiliza fortemente a linguagem de mercado. Essa linguagem geralmente é autoritária e na qual, comumente, se vê uso do modo verbal imperativo. Um imperativo que geralmente camufla as verdadeiras intenções do texto. A estrutura publicitária leva o consumidor a convencer-se e esse convencimento tanto pode acontecer de maneira consciente quanto inconsciente. Fazendo uso de recursos fonéticos, léxico-semânticos ou morfossintáticos da língua a publicidade impõe valores, mitose ideais.

A mensagem publicitária é o braço direito da tecnologia moderna. É a mensagem de renovação, progresso abundância, lazer e juventude, que cerca as inovações propiciadas pelo aparato tecnológico (CARVALHO, 2003, p. 11).

Segundo Carvalho (2003, p. 18-19), a palavra tem grande força na publicidade. Ela deixa de ser apenas informativa e passa a ser utilizada em decorrência de sua força de persuasão. A função de persuadir na linguagem publicitária está em tentar mudar a atitude do enunciatário. Então para construir um texto publicitário o autor considera o público alvo para aquele texto e então escolhe o vocabulário mais adequado ao grupo ao qual o texto se destina.

Termos axiológicos (também conhecidos como termos avaliativos) são muito comuns na publicidade. Esses termos podem ter o efeito de lisonja (termos melhorativos) ou de ofensa (pejorativos). Vale registrar que nenhum falante é totalmente imparcial; sempre há algo em

sua fala que imprime sua interpretação. No caso do discurso publicitário, não é diferente. Como esse tipo de texto tem por objetivo tornar o produto mais atraente, utiliza muito os termos axiológicos melhorativos. (Idem, p. 36)

Os recursos estilísticos também são fortemente usados na linguagem publicitária. Acerca disso, Carvalho (2003, p. 74) considera:

Os recursos estilísticos que a mensagem publicitária adota correspondem em geral à retórica, tipo de discurso voltado para examinar, descrever, perceber e avaliar atos e eventos que venham a influenciar percepções, sentimentos, atitudes e ações, com palavras empregadas de forma diferente do uso comum, literal. Usar os recursos retóricos é usar a comunicação para definir a realidade do modo como se deseja que ela seja vista.

Para Reboul (2004, p. 43) a retórica é dividida em partes. Tais partes demonstram as fases que quem constrói um discurso tem que passar. O autor (2004, p. 43-44) distingue-as da seguinte forma:

A primeira é a invenção (*heurési*, em grego), a busca que empreende o orador de todos os argumentos e de outros meios de persuasão relativos ao tema de seu discurso.

A segunda é a disposição (*taxis*), ou seja, a ordenação desses argumentos, donde resultará a organização interna do discurso, seu plano.

A terceira é a elocução (*lexis*), que não diz respeito à palavra oral, mas à redação escrita do discurso, ao estilo. (...)

A quarta é a ação (*hypocrisis*), ou seja, a proferição efetiva do discurso, com tudo o que ele pode implicar em termos de efeitos de voz, mímicas e gestos

Reboul (2004, p. 44) explica que “as quatro partes na realidade são as quatro “tarefas” (*erga*) que devem ser cumpridas pelo orador. Se este deixar de cumprir alguma delas, seu discurso será vazio, ou desordenado, ou mal escrito, ou inaudível”.

Para o autor, (2004, p. 44) um advogado que formule uma defesa, um estudante que construa uma exposição, um publicitário que crie uma companhia, todos deverão, passar as quatro fases da retórica. Caso isso não aconteça, eles deverão, pelo menos, cumprir as tarefas representadas por cada uma delas, ou seja, eles deverão compreender o assunto e uni-los aos argumentos que possam servir (invenção); pô-los em ordem (disposição); escrever o discurso da melhor maneira possível (elocução) e, por fim, proferir o discurso (ação).

Cabe neste momento tecer algumas considerações a respeito de argumentos. Optamos por detalhar os argumentos de autoridade e de argumentação pelo exemplo, visto que esses tipos de argumentos estão presentes em textos analisados nesta dissertação.

Tratando acerca de argumento de autoridade Reboul (2004, p. 177) afirma que o argumento de autoridade justifica uma dada afirmação com base no valor do autor dessa

afirmação. Para ele, esse tipo de argumento está muito desacreditado atualmente, mas essa descrença é injusta.

O argumento de autoridade é uma “técnica” como outra qualquer, que não tem nada haver com dogmatismo (afinal, todo argumento pode ser dogmático, dependendo da maneira que seja usado). Essa técnica, ou seja o argumento de autoridade – quer sejamos tradicionais ou inovadores – muitas vezes é indispensável. (REBOUL, 2004, p. 177)

O autor ainda questiona (2004, p. 177): “Em que se baseia a autoridade?” e responde que na vida comum, baseia-se na moralidade, em política, baseia-se no passado sério do candidato e em religião, baseia-se na revelação.

Sobre argumentação pelo exemplo, Magalhães (2006, p. 02) disserta que “argumentar pelo exemplo é chamar para dentro de uma argumentação um exemplo que lhe fundamente que lhe dê forças”. Dessa forma, a autora considera que, em Direito, o precedente é tido como exemplo e que em ciências, os casos particulares são vistos como exemplo e servem de argumentação para dar respaldo a uma tese. “O exemplo invocado deverá usufruir estatuto de fato, pois a grande vantagem de sua utilização é dirigir a atenção a esse estatuto”.

Para Reboul (2004, p 181) o exemplo dá força à regra porque é diferente dos que sugeriram e porque é independente dos outros exemplos.

A fim de reforçar a argumentação pelo exemplo existente em textos presentes nesta dissertação, cabe fazer um breve comparativo entre argumentação pelo exemplo e argumentação pelo modelo.

Magalhães (2006, p. 04) afirma que:

A argumentação pelo modelo ocorre quando pessoas ou grupos de prestígio valorizam os atos. O valor da pessoa, reconhecido previamente, constitui a premissa da qual se tirará uma conclusão preconizando um comportamento particular. Não se imita qualquer um. Para servir de modelo é preciso um mínimo de prestígio. Às vezes trata-se de um modelo a ser seguido por um pequeno grupo, às vezes é um padrão a ser seguido em determinadas circunstâncias. (...)O modelo indica conduta a ser seguida. O fato de seguir um modelo reconhecido, de restringir-se a ele, garante o valor da conduta, portanto, o agente que essa atitude valoriza pode servir de modelo.

Para Reboul (2004, p. 182) “O modelo é mais que exemplo; é um exemplo dado como algo digno de imitação”.

Para a Carvalho (2003, p. 74-75), enquanto o comprador está interessado no conforto, alívio segurança ou prazer que determinado produto ofertado pode lhe proporcionar, o anunciante visa sempre o lucro a partir da venda de seu produto. Por isso os recursos estilísticos são tão importantes na publicidade; afinal, receber a mensagem da maneira mais

adequada será favorável para a venda e compra do produto. A mensagem publicitária comumente reflete aspectos culturais de determinada sociedade na qual está inserida. Assim, a escolha do léxico para compor a mensagem publicitária está inteiramente ligada à cultura dessa sociedade.

Carvalho (2003, p. 96-97) conceitua cultura como:

Um sistema de agir e interagir, um sistema de crenças, valores de organização artística, científica e educacional, social e política, bem como de atividades econômicas. (...) A palavra cultura tem uma diversidade de significados, contra a qual se insurgem muitos autores, pois ela designa, ao mesmo tempo, o modo de vida cotidiano de uma sociedade (o saber comum) e sua vida intelectual e artística (saber erudito).

Língua e cultura formam um todo indissociável que identifica os indivíduos como membros de um mesmo grupo e serve de denominador comum entre esses membros. A língua evidencia cultura nos níveis fonológico, morfológico, sintático, lexical e ainda nos gestos e mímicas que muitas vezes acompanham a mensagem. Entretanto, conforme Carvalho (2003, p. 102) “é o vocabulário (as palavras) que carrega consigo a maior carga cultural, a cultura comportamental comum”.

A mensagem publicitária, conforme Carvalho (2003, p. 108) “sempre utilizará as palavras com a carga cultural que possuem na comunidade em que será veiculada, tentando não contrariar o estabelecido, para que possa ser entendida e aceita”.

De acordo com Marcuschi (2008, p.187), pode-se crer que há um saber social comum entre os falantes, pelo qual eles se orientam em suas decisões sobre o gênero de texto que estão produzindo ou que devem produzir em dado contexto comunicativo. Os gêneros não aparecem de forma natural; eles constroem na interação comunicativa e são fenômenos sociointerativos. Para ele “Os gêneros textuais não são fruto de invenções individuais, mas formas socialmente maturadas em práticas comunicativas na ação linguageira.” (2008, p.189)

Marcuschi (2008, p. 189) afirma ainda que é uma questão não definida ainda se os gêneros textuais são universais ou se cada cultura e sociedade produz seus gêneros específicos. Para ele “como os gêneros textuais não só refletem, mas constituem as práticas sociais, é de supor que também haja variações culturalmente marcadas quanto às formas produzidas, já que as culturas são diversas em sua constituição”.

E dissertando sobre os domínios discursivos e sua relação com os gêneros Marcuschi (2008, p. 194) considera:



Os domínios discursivos produzem modelos de ação comunicativa que se estabilizam e se transmitem de geração para geração com propósitos e efeitos definidos e claros. Além disso, acarretam formas de ação, reflexão e avaliação social que determinam formatos textuais que em última instância desembocam na estabilização de gêneros textuais. (...) É justamente pelas distintas práticas sociais desenvolvidas nos diversos domínios discursivos que sabemos que nosso comportamento discursivo num circo não pode ser o mesmo que numa igreja e que nossa produção textual na universidade e numa revista de variedades não será a mesma. Consequentemente, os domínios discursivos operam como enquadres globais de superordenação comunicativa, subordinando práticas sociodiscursivas orais e escritas que resultam nos gêneros.

Segundo Marcuschi (2010, p. 23) podemos afirmar ainda que os gêneros textuais advêm de complexas relações entre um meio, um uso e a linguagem. O meio eletrônico apresenta particularidades para usos sociais, culturais e comunicativos que não se oferecem nas relações interpessoais face a face; e a linguagem surge aqui com ênfases deslocadas em relação ao que conhecemos em outros contextos de uso.

Para o autor a tecnologia do computador (em especial com o surgimento da internet) criou uma imensa rede social (virtual) que liga os mais variados indivíduos pelas mais diversificadas formas em uma relação síncrona (e assíncrona também); o que ocasiona uma nova noção de interação social.

Dissertando sobre os gêneros emergentes na mídia virtual Marcuschi (2008, p. 198) afirma que “mais do que em qualquer outra época, hoje proliferam gêneros novos dentro de novas tecnologias, particularmente na mídia eletrônica (digital)”. Para ele, se considerarmos gênero como texto concreto, situado histórica e socialmente, culturalmente sensível, recorrente, “relativamente estável” se observado do ponto de vista estilístico e composicional, sendo um instrumento comunicativo com certos propósitos como forma de ação social, é possível notar facilmente que um novo meio tecnológico, que interfere em parte considerável dessas condições, possivelmente interfere também na natureza do gênero produzido.

De forma geral, a comunicação mediada por computador se refere a todos os formatos de comunicação e os respectivos gêneros que surgem nesse contexto. Futuramente, é bem possível que a expressão internet tenha a carga semântica e pragmática do sistema completo, já que se trata da rede mundial de comunicação ininterruptamente interconectada a todos os computadores ligados a ela. Ela analisa, de maneira particular, um grupo específico de novos gêneros textuais, desenvolvidos no contexto da hoje conhecida mídia virtual. Surge, então, um novo modo de comunicação denominado comunicação mediada por computador (CMC) ou comunicação eletrônica, que produz uma espécie de “discurso eletrônico”. (MARCUSCHI, 2008, p. 199-200).

Para Marcuschi (2008, p. 200) a relevância de se tratar dos gêneros textuais emergentes na mídia virtual reside em pelo menos quatro aspectos que são:

- (1) São gêneros em franco desenvolvimento e fase de fixação com uso cada vez mais generalizado;
- (2) Apresentam peculiaridades formais próprias, não obstante terem contrapartes em gêneros prévios;
- (3) Oferecem a possibilidade de se rever alguns conceitos tradicionais a respeito da textualidade;
- (4) Mudam sensivelmente nossa relação com a oralidade e a escrita, o que nos obriga a repensá-las.

Segundo Marcuschi (2010, p. 24) em relação à natureza das novas tecnologias é importante ressaltar que não são antissociais como alguns supuseram, mas favorecem a criação de verdadeiras redes de interesses. Surgem daí “comunidades virtuais” em que os membros interagem de maneira rápida e eficaz (o gênero listas de discussão, por exemplo, encarna esse aspecto). Esse é um novo foco para a reflexão, uma nova forma de uso da língua enquanto prática de interação.

Seria útil aqui tecer um pequeno comentário acerca dos ambientes ou entornos virtuais em que os gêneros virtuais se situam. Esses ambientes diferenciam-se dos gêneros em diversos sentidos, já que eles os abrigam e por vezes os condicionam. Esses ambientes são domínios de produção e processamento textual nos quais surgem os gêneros.

Dessa forma, conforme Marcuschi (2010, p. 31-32), podemos identificar os seguintes ambientes virtuais:

- (1) **Ambiente web (word wide web)** – conhecido como **WWW** ou **WEB**, neste ambiente é a própria rede uma combinação de bibliotecas, quiosques, guias, jornais, shoppings, enciclopédias, catálogos, agendas, currículos pessoais etc. Trata-se de um **ambiente de buscas** de todos os tipos, descentralizado, interativo e passível de expansão ilimitada.
- (2) **Ambiente e-mail (correio eletrônico)** – trata-se sobretudo de um meio de comunicação interpessoal com remessa e recebimento de correspondência entre familiares, amigos, colegas de trabalho, empresas, pesquisadores e assim por diante. Ao lado das salas de bate-papos, o *e-mail* é hoje o mais popular ambiente virtual.
- (3) **Foros de discussão assíncronos** – aqui se forma um ambiente para discussão de temas específicos, listas de grupos, e assim por diante. As relações são continuadas e movidas por interesses comuns. É um ambiente que envolve vários gêneros.
- (4) **Ambiente chat síncrono** – trata-se dos ambientes em salas de bate-papos entre várias pessoas simultaneamente ou em ambiente reservado. Tem vários formatos no estilo de uma conversação em tempo real. Também vem sendo usado para aula-*chat*.
- (5) **Ambiente mud** – o nome vem dos jogos que tinham esses nomes e eram jogados por pessoas que formavam uma rede de jogadores. Há outros

jogos como o MOO, MUSH que permitem criar personagem, inserir músicas, falas, etc. São ambientes interativos.

**(6) Ambientes de áudio e vídeo (videoconferências)** – são ambientes em que se tem vídeo e voz síncronos e servem a várias finalidades, particularmente para conferências. Embora esteja ainda no início de sua exploração, essa tecnologia é bastante sofisticada. Quando muito desenvolvidos, esses deverão trazer grandes novidades e mudar as relações interpessoais hoje em boa parte anônimas nos *chats*.

De acordo com Marcuschi (2010, p. 32) essa não é uma relação cansativa de ambientes, mas apenas uma mostra que serve para entender que os gêneros surgem dentro de ambientes como locais que permitem “culturas” diversificadas. Além disso, mostra que a internet não é um ambiente virtual homogêneo, mas sim um ambiente que apresenta uma grande heterogeneidade de formatos e permite muitas maneiras de operação relativas à participação e aos processos interativos.

Temos, a seguir, uma lista de gêneros emergentes nos ambientes virtuais. Acreditamos que não há levantamentos exatos de quantos gêneros poderiam ser identificados na mídia virtual e desconhecemos se já existe uma designação consagrada para os mesmos. Importante deixar claro que além da listagem que se segue pode haver outros gêneros, além de lhes serem dadas outras definições e caracterizações.

Assim, entre os gêneros mais conhecidos e estudados no momento, podemos citar, de acordo com Marcuschi (2010, p. 33-35) pelo menos estes:

- (1) ***e-mail*** - correio eletrônico com formas de produção típicas e já padronizadas. Inicialmente um serviço (*electronic mail*), resultou num gênero (surgiu em 1972/3 nos EUA e está hoje entre os mais praticados na escrita);
- (2) **chat em aberto (bate-papo virtual em aberto – room-chat)** – inúmeras pessoas interagindo simultaneamente em relação síncrona e no mesmo ambiente. Surgiu como IRC na Finlândia em 1988;
- (3) **chat reservado (bate-papo virtual reservado)** – variante dos *room-chats* do tipo (2) mas com as falas pessoais acessíveis apenas aos dois interlocutores mutuamente selecionados, embora possam continuar vendo todos os demais em aberto;
- (4) **chat agendado (bate-papo agendado ICQ)** – variante de (3), mas com a característica de ter sido agendado e oferecer a possibilidade de mais recursos tecnológicos na recepção e envio de arquivos;
- (5) **chat-privado (bate-papo virtual em salas privadas)** – são os bate-papos em sala privada com apenas os dois parceiros de diálogo presentes; uma espécie de variação dos bate-papos de tipo (2);
- (6) **entrevista com convidado** – forma de diálogo com perguntas e respostas em um esquema diferente dos dois anteriores;
- (7) ***e-mail* educacional (aula virtual)** – interações com número limitado de alunos tanto no formato de *e-mail* ou de *arquivos hipertextuais* com tema definido em contatos geralmente assíncronos;

- (8) **aula-chat (chat educacional)** – interações síncronas no estilo dos *chats* com finalidade educacional, geralmente para tirar dúvidas, dar atendimento pessoal ou em grupo e com temas prévios;
- (9) **videoconferência interativa** – realizada por computador e similar a uma interação face a face; uso da voz pela rede de telefonia ou a cabo;
- (10) **lista de discussão** (mailing list) – grupo de pessoas com interesses específicos, que se comunicam em geral de forma assíncrona, mediada por um responsável que organiza as mensagens e eventualmente faz triagens;
- (11) **endereço eletrônico** – (o endereço eletrônico, seja o pessoal para *e-mail* ou para a *home page*, tem hoje características típicas e é um gênero);
- (12) **weblog (blogs, diários virtuais)** – são os diários pessoais na rede; uma escrita autobiográfica com observações diárias ou não, agendas, anotações, em geral muito praticados pelos adolescentes na forma de diários participativos.

Sobre os gêneros listados acima Marcuschi (2008, p. 202) afirma que “em todos esses gêneros, a comunicação se dá pela linguagem escrita. Essa escrita tende a uma certa informalidade, menor monitoração e cobrança pela fluidez do meio e pela rapidez do tempo”.

Para Mendes (2013, p. 49), ainda estamos longe de conceituar integralmente todos os tipos de gêneros discursivos, pois eles se constituem no ato comunicativo que se manifesta em diversas formas (seja de maneira oral ou escrita). Ainda há aqueles casos em que os gêneros textuais são revestidos de hibridismo, ou seja, apresentam-se na forma de mescla de gêneros ou intergenericidade, onde um gênero desempenha a função de outro.

Esta dissertação de mestrado buscou evidenciar algumas características do gênero página do *facebook*, já que esse tipo de gênero está cada vez mais presente no dia a dia das pessoas, seja para lazer ou trabalho.

Os gêneros textuais estão presentes no dia a dia das pessoas. Eles surgem nas mais diversas situações interlocutivas, durante as interações entre os indivíduos. Aparecem em ambientes específicos. Assim, temos, por exemplo, os gêneros da instância do discurso escolar, do discurso familiar, do discurso científico, do discurso religioso, do discurso jurídico, do discurso médico, etc.

Considerando essa questão de que os gêneros surgem em determinados ambientes específicos, também denominados domínios discursivos, podemos admitir a hipótese de que a página do *facebook* é uma espécie nova de gênero que foi criada com o advento da internet e ainda com a popularização dos sites de relacionamentos.

Nas análises feitas no capítulo II desta dissertação, pudemos observar que os elementos constitutivos do gênero discursivo, ou seja, conteúdo temático, estilo e estrutura composicional estão presentes no gênero página do *facebook*. Em relação ao conteúdo temático apresentado nos textos analisados podemos afirmar que a maioria dos textos

apresentados (com exceção de T6) têm temática educacional. Acerca de estilo foi possível notar que os textos apresentam marcas de pessoa (o *eu e tu* que constituem o sujeito da enunciação), espaço (*aqui* é o espaço do *eu*) e tempo (*agora* é o momento em que o *eu* toma a palavra). Foi possível perceber que a linguagem dos textos analisados (exceto T10) tem estilo mais célere, se comparado a outros textos que são encontrados de forma impressa ou mesmo na internet, em outros sites ou até mesmo em outras páginas do *facebook*.

Sobre a estrutura composicional ficou evidenciado que todos os textos recortados de páginas do *facebook* analisados nesta dissertação apresentam elementos constitutivos próprios do *facebook* (ícones ‘curtir’, ‘compartilhar’ e ‘comentar’), apresentam linguagem verbal e não verbal, têm forte presença de cromatismo, utilizam estratégias de *marketing* em sua composição, apresentam feitos de oralidade, marcas de interação, assim com as configurações do *éthos* e do *páthos*, efeitos de marketing e publicidade, marcas de intergenericidade, têm marcas de alternância de turnos conversacionais, assimetria, presença de tópicos discursivos e ainda evidências de marcas conversacionais inerentes às páginas institucionais. Assim sendo, podemos considerar que é notável que a página do *facebook* adequa-se na noção bakhtiniana quanto à estrutura relativamente estável de enunciado.

Dissertando acerca de gêneros Koch (2003a, p. 54) traz:

Em termos bakhtinianos, um gênero pode ser assim caracterizado:

- são tipos relativamente estáveis de enunciados presentes em cada esfera de troca: os gêneros possuem uma forma de composição, um plano composicional;
- além do plano composicional, distinguem-se pelo conteúdo temático e pelo estilo;
- trata-se de entidades escolhidas tendo em vista as esferas de necessidade temática, o conjunto dos participantes e a vontade enunciativa ou intenção do locutor.

É notável nas páginas do *facebook* a presença de gêneros diversos e também de intertextualidades. Essas diversidades são positivas se vistas sob o ângulo de que proporciona a ampliação de conhecimentos; porém pode ser considerado um ponto negativo se observado sob o ângulo de que dificulta a identificação das particularidades do gênero.

As páginas do *facebook* têm uma particularidade para a qual convém dar destaque: a presença de intergenericidade. A intergenericidade é a mescla de outros gêneros coadjuvantes, em que um serve de apoio ao outro. Vale dizer que ela também é conhecida como intertextualidade intergêneros.

Em relação aos hipertextos, Koch (2003a, p. 63) conceitua:

O hipertexto constitui um suporte linguístico-semiótico hoje intensamente utilizado para estabelecer interações virtuais desterritorizadas. Segundo a maioria dos autores, o termo designa uma escritura não sequencial e não-linear, que se ramifica e permite ao leitor virtual o acesso praticamente ilimitado de outros textos a partir de escolhas locais e sucessivas em tempo real.(...) O hipertexto é também uma forma de estruturação textual que faz do leitor, simultaneamente, um co-autor do texto, oferecendo-lhe a possibilidade de opção entre caminhos diversificados, de modo a permitir diferentes níveis de desenvolvimento e aprofundamento de um tema. No hipertexto, contudo, tais possibilidades se abrem a partir de elementos específicos nele presentes, que se encontram interconectados, embora não necessariamente correlacionados – os *hyperlinks*.

Ainda dissertando sobre hipertextos Koch (2003a, p. 64) lista como principais características do hipertexto:

1. não-linearidade (geralmente considerada a característica central);
2. volatilidade, devida à própria natureza (virtual) do suporte;
3. espacialidade topográfica, por se tratar de um espaço de escritura/leitura sem limites definidos, não-hierárquico, nem tópico;
4. fragmentariedade, visto que não possui um centro regulador imanente;
5. multissensuosa, por viabilizar a absorção de diferentes aportes sígnicos e sensoriais numa mesma superfície de leitura (palavras, ícones, efeitos sonoros, diagramas, tabelas tridimensionais);
6. interatividade, devido à relação contínua do leitor com múltiplos autores praticamente em superposição em tempo real;
7. interatividade, em decorrência de sua natureza intrinsecamente polifônica e intertextual;
8. descentração, em virtude de um deslocamento indefinido de tópicos, embora não se trate, é claro, de um agregado aleatório de fragmentos textuais.

Em relação à volatilidade mencionada por Koch (2003a) por ser um texto presente em mídia virtual, a própria natureza do suporte já o faz ser considerado um texto volátil; afinal, a qualquer momento ele pode ser extinguido pelo autor ou sofrer alterações por parte do “enunciador original” (considerando-o o primeiro autor, quem postou o texto) ou mesmo sofrer alterações por parte de enunciatários (leitores que a partir do momento em que “postam” algo nesse texto o alteram e deixam de ser enunciatários, passando ao papel de enunciador).

A respeito de suporte, afirma Leffa (2001, p. 01):

O texto, para ser lido, precisa de um suporte onde ele possa ser de alguma maneira apoiado para a melhor visualização por parte do leitor. O suporte mais comum é o papel, mas muitos outros também podem ser usados como o plástico, o vidro, o acrílico, a madeira, o muro, a camiseta, o tronco de uma árvore e até suportes menos comuns e mais efêmeros como a areia da praia ou a fumaça de um avião no céu. Em todos esses casos, a visualização se dá de modo direto, sem o acréscimo de um processamento entre o suporte e os

olhos do leitor geralmente basta a presença da luz.

O autor ainda considera que com as novas tecnologias de impressão, existem casos em que não basta apenas a simples presença da luz tornar o texto visível para o leitor. No caso, por exemplo, de textos informatizados em bits (unidades mínimas de informação compostas apenas de partículas de luz e escuridão), são totalmente invisíveis ao olho humano; é necessário um complexo sistema de processamento que amplie esses sinais e também os traduza em letras e gráficos para a compreensão do leitor.

Dissertando acerca de gêneros e suporte, Marcuschi (2008, p. 186) afirma em relação à internet. “Trata-se de mais um caso limite. Pessoalmente, trato a internet como um suporte que alberga e conduz gêneros dos mais diversos formatos. A internet contém todos os gêneros possíveis”.

O autor continua, fazendo um comparativo entre *homepage*<sup>11</sup> e *site*:

Para alguns autores, a *homepage* e até mesmo o *site* são um gênero, mas para outro são um suporte. Creio que, de modo geral, a *homepage* é um gênero bem estabelecido, mas o *site* é um suporte e não um gênero. (MARCUSCHI, 2008, p. 186).

Importante dizer que nas páginas do *facebook* há vários posts (postagens) e comentários e que esses também podem ser considerados gêneros.

O fato de a página do *facebook* apresentar grande intertextualidade intergêneros, ou seja, o fato de ela estar misturando diferentes gêneros pode levá-la a ser considerada um hipergênero (um grande gênero contendo vários gêneros). Porém, se considerarmos o fato de a página do *facebook* abrigar variados gêneros poderemos defini-la também como suporte para outros gêneros existentes. Portanto, podemos afirmar que o gênero página do *facebook* é um hipergênero e ainda pode ser considerado um suporte. Será considerada gênero (um gênero que abriga outros gêneros, ou seja, um hipergênero) se for vista sob a óptica de apresentar seu formato e função de comunicação. E será considerada suporte se vista sob a óptica de servir como veículo de transmissão.

---

<sup>11</sup>*Homepage* – é a página inicial de um *site*. Geralmente traz uma apresentação do *site* e do conteúdo encontrado nele.

### Cap. III

## ANÁLISES DE PÁGINAS INSTITUCIONAIS DO FACEBOOK DE TEMÁTICA EDUCACIONAL

Como já citado, optamos por considerar enquanto hipótese de pesquisa a “página do *facebook*” enquanto um gênero discursivo. E, como gênero, tal página possui uma estrutura composicional, uma temática e um estilo. Partimos desse parâmetro para a realização das análises. Foram recortados no *facebook* nove textos: a) três de uma página do CEFET – MG – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais; b) três de uma página do Senac Minas; c) três de uma página da UFLA – Universidade Federal de Lavras. Alguns dos textos recortados do *facebook* são textos de capa, ou seja, textos encontrados logo no início da página, que fazem referência direta à página web das instituições e ao que o enunciário poderá encontrar em tais páginas. Outros são postagens deixadas pelos usuários da rede na página da instituição no *facebook*. Além dos textos recortados do *facebook*, foi recortado um outro texto do site da UFLA, postado em página da assessoria de comunicação da universidade.

Nesta pesquisa, a fim de comprovar a tese defendida, ou seja, defender hipótese de que a página institucional é um gênero discursivo, de tal maneira a depreender o estilo das páginas analisadas, foram recortados textos com características semânticas e estruturais semelhantes. Tais textos foram agrupados em blocos, os quais contam com textos relacionados a mesma instituição. Vale ressaltar que, por conta dos limites e da extensão dessa dissertação de mestrado, não nos será possível contemplar toda a gama de textos presente nas páginas das quais os textos foram recortados.

Em relação à metodologia a ser utilizada, conforme exposto na introdução deste trabalho, serão feitas análises dos textos coletados de páginas de instituições educacionais, observando questões relacionadas ao estilo. Vale lembrar que foram escolhidos textos próprios à temática mineira, pois o trabalho se insere enquanto atividade de pesquisa do grupo Logos. Conforme já citado anteriormente neste trabalho, a reflexão é subsidiada pelas teorias da linguagem e do discurso, com destaque para a semiótica greimasiana, a partir de revisão de literatura e observação dos fenômenos de comunicação próprios ao *facebook*. E quanto à análise dos textos, essa será realizada, tanto no que tange ao plano do conteúdo, quanto ao plano de expressão. Reproduzimos, abaixo, os referidos textos de capa e postagens recortados para a realização desta pesquisa.



## Texto I



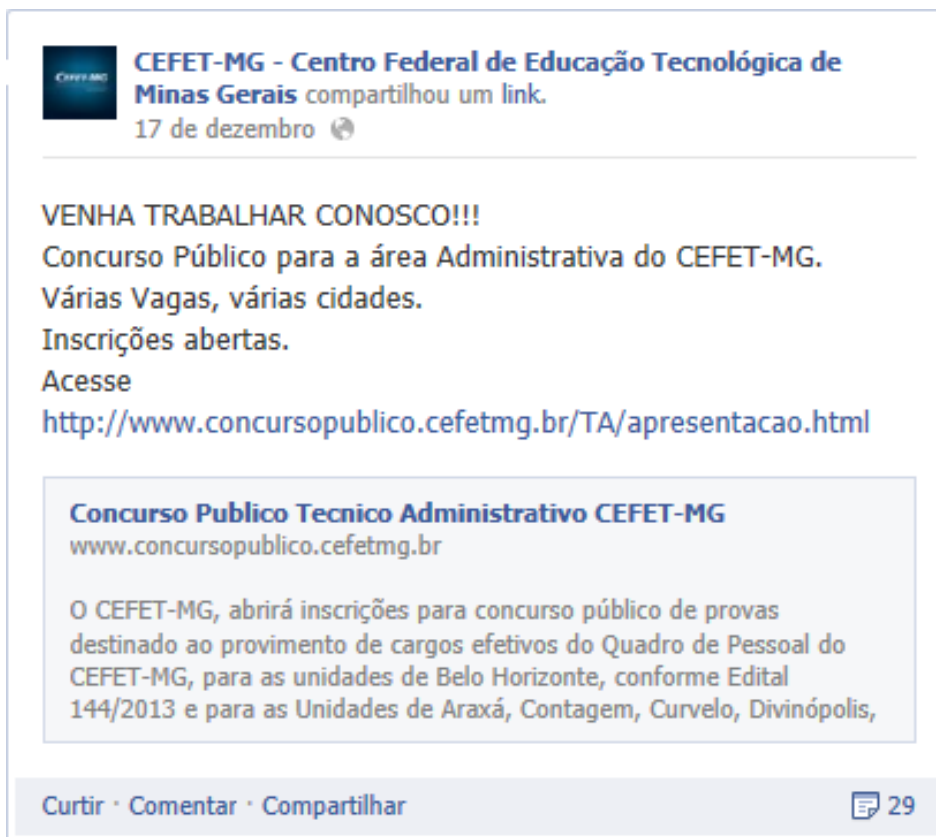
**Figura 1.** Foto de capa da Página do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Acesso em 07/05/2013.

## Texto II



**Figura 2.** Foto de capa Página do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Acesso em 20/11/2013.

### Texto III<sup>12</sup>



**CEFET-MG - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais** compartilhou um link.  
17 de dezembro

**VENHA TRABALHAR CONOSCO!!!**  
Concurso Público para a área Administrativa do CEFET-MG.  
Várias Vagas, várias cidades.  
Inscrições abertas.  
Acesse  
<http://www.concursopublico.cefetmg.br/TA/apresentacao.html>

**Concurso Publico Tecnico Administrativo CEFET-MG**  
[www.concursopublico.cefetmg.br](http://www.concursopublico.cefetmg.br)

O CEFET-MG, abrirá inscrições para concurso público de provas destinado ao provimento de cargos efetivos do Quadro de Pessoal do CEFET-MG, para as unidades de Belo Horizonte, conforme Edital 144/2013 e para as Unidades de Araxá, Contagem, Curvelo, Divinópolis,

Curtir · Comentar · Compartilhar 29

**Figura 3.** Texto publicado na Página do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Acesso em 26/12/2013.

### Análises dos Textos I, II e III

Ao observar e comparar os textos 1, 2 e 3 (doravante T1, T2 e T3), textos recortados da página do CEFET-MG<sup>13</sup>, disponíveis no *facebook*, notamos a presença no T1, logo de início, de uma publicidade do curso de graduação oferecido pela instituição de ensino CEFET-MG. Há nessa propaganda fotos de pessoas figurativizando os grupos que deverão se inscrever para cursar a graduação oferecida – indivíduos que desejam cursar um curso superior. Já em T2, notamos um tipo de publicidade diferenciada. Nele não temos mecanismos publicitários voltados aos cursos de graduação oferecido pela instituição, mas a divulgação da própria instituição, representada por foto de um *campus* da instituição, a fim de

<sup>12</sup>O motivo dos nomes dos usuários terem sido apagados em T3 é o fato de tal apagamento ocasionar a preservação da identidade dos mesmos e respaldar o caráter científico desta pesquisa

<sup>13</sup>CEFET-MG - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Unidades em Araxá, Belo Horizonte, Curvelo, Contagem, Divinópolis, Itabirito, Leopoldina, Nepomuceno, Timóteo, Varginha.

lhe conferir *status* de credibilidade. Em T3 temos a divulgação de um concurso público para área administrativa do CEFET-MG. Esse último mostra a utilização da ferramenta do *facebook* como rede social de compartilhamento de produtos e serviços, utilizados em prol da instituição detentora da página determinada. Assim vale dizer que T1 e T2 apresentam propaganda institucional enquanto T3 funciona, na página do *facebook* do qual foi recortado (Página do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais) como veículo publicitário. Em T1 e T2 tem-se também, de forma bem evidente, a presença de *marketing*, marcada, em T1, pela combinação entre as linguagens verbal e não verbal; e, em T2, principalmente pela linguagem não verbal, ao se utilizar de foto da instituição.

Ainda em relação a *marketing* e aos textos apresentados neste bloco (T1, T2 e T3), podemos afirmar foi utilizada neles a distribuição de informações, o que também é característico de estratégias de *marketing*. Através dessa estratégia entra em cena a persuasão, visto que toda mensagem tem, por trás de si, um enunciador que quer persuadir o seu enunciatário, usando de diversos recursos de natureza linguística ou não. O enunciador está interessado, de alguma forma, em convencer o enunciatário de algo. No caso dos textos T1, T2 e T3, o enunciador quer convencer o enunciatário de que Cefet é uma boa instituição para se estudar, no caso de T1 e T2 e para se trabalhar, no caso de T3. Assim, o enunciador ativa todos os recursos possíveis dentro dos limites das páginas, ou seja, combinação de cores, sincretismo verbo-visual, utilização de imagens, combinação adequada de linguagens verbais e não verbais, entre outros, com a intenção de levar o enunciatário a acreditar naquilo que o texto diz e, ainda, fazer aquilo que é proposto no texto – se inscrever para o vestibular, em T1, ou se inscrever no concurso que está sendo divulgado, em T3.

Podemos afirmar que nos textos T1, T2 e T3, a questão da persuasão é muito evidente, na medida em que é possível perceber que as mensagens e textos são dotados de poder persuasivo que vão desde cores, ilustrações, forma de apresentação até a linguagem utilizada pelo enunciador. A persuasão está bem evidenciada nos textos apresentados neste bloco, seja para se juntar à instituição como estudante ou como trabalhador. O discurso em T1, T2 e T3 é trabalhado de forma a convencer o leitor, enunciatário do texto. As mensagens apresentadas têm o poder de levar o leitor a aceitar uma ideia como sendo algo verdadeiro e absoluto.

Para exemplificar essa questão da modalização deôntica contida nos enunciados de páginas do *facebook*, tomemos T1, o qual será analisado no capítulo III desta dissertação.

Em T1, para exemplificar a questão da modalização deôntica e ainda da persuasão, nos atentaremos ao seguinte trecho “GRADUAÇÃO 2º semestre 2013 INSCREVA-SE [www.copeve.cefetmg.br](http://www.copeve.cefetmg.br) a partir de 24 de abril”. Por meio desse trecho podemos associar, tal

como aponta Refkalefsky (s.d.) a modalização deôntica à persuasão. Assim sendo, o sujeito é persuadido por meio do imperativo “inscreva-se” e tem sua adesão ao objeto de valor proposto. Entretanto essa persuasão não acontece apenas através do enunciado verbal. É possível percebê-la também por meio do sincretismo, da união entre o enunciado verbal e o visual, que compõe um todo de sentido, com vistas a levar o enunciatário à aquisição dos valores propostos no enunciado, que, conforme visto não se restringem a produtos e serviços, mas também a objetos de valor abstratos como uma promoção, ou aquisição de ideais como um bom emprego, a garantia de futuro, etc. Assim, é notável no trecho citado o uso da modalização deôntica. Temos em T1, fotos de pessoas figurativizando os grupos que deverão se inscrever para cursar a graduação oferecida. A estratégia de persuasão, considerando o enunciado verbal e o visual como um todo de sentido procura persuadir o enunciatário de que o Cefet seria uma instituição adequada ao sujeito garantir as suas aspirações e, portanto, que ele queira e deva se inscrever no vestibular proposto.

Importante ressaltar que nos textos apresentados há intergenericidade, isto é, intertextualidade intergêneros. Em T1 e T2 podemos afirmar que há textos informativos, apresentados em forma de anúncio publicitário e vistos também como textos de capa de página do *facebook*; há, portanto, intertextualidade entre os gêneros, onde um gênero serve de apoio ao outro. Essa intertextualidade intergêneros também é vista em T3 que pode ser entendido como um texto informativo, um texto de divulgação (acerca de concurso público), um anúncio e ainda visto como uma postagem em página do *facebook*.

No que tange a utilização de recursos advindos seja da materialidade verbal seja da visual, tal como desenvolvemos ao longo do primeiro capítulo dessa dissertação e que caracterizam as interações realizadas por meio da mídia social do *facebook* enquanto textos, tanto em T1 quanto em T2, as informações são contruídas por meio do pouco uso do verbal e da abundância do visual. Isso, pois, em T1, temos o predomínio de frases curtas em referência à inscrição no curso e uma fotografia de grandes dimensões, com a imagem das pessoas figurativizando a representação dos grupos tidos como público alvo visados por essa instituição e que, portanto, ao serem modalizados deonticamente<sup>14</sup> e, por conseguinte, manipulados positivamente, deveriam cumprir o imperativo de se inscreverem, tal como apontado no enunciado. Com relação a T2, temos ao alto apenas a foto, em cor vibrante, da instituição e, abaixo dessa foto, poucas informações em linguagem verbal. Essas informações

---

<sup>14</sup> “Do ponto de vista semiótico, a estrutura modal deôntica aparece quando o enunciado modal, tendo por predicado o dever, sobredetermina e rege o enunciado de fazer. [...] Deve-se notar que, em lógica deôntica, o termo *prescrição* é, muitas vezes, substituído por obrigação [...]. (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 124)

são relacionadas diretamente a elementos constitutivos do *facebook* ou relacionadas à nomenclatura da instituição de ensino, a fim de lhe conferir credibilidade. T3, em contrapartida, há o predomínio da utilização da linguagem verbal. Esse predomínio é evidenciado, primeiramente, pela injunção presente em um convite através dos dizeres “Venha trabalhar conosco!!!”, o que configura o espaço da página do *facebook* como meio de divulgação de produtos e serviços. Em seguida é possível obtermos informações pontuais sobre o concurso “Várias vagas, várias cidades, inscrições abertas” e, ainda, é possível obter o *link* de acesso a maiores informações; abaixo segue parte da notícia relacionada ao concurso e que pode se acessada com um clique.

Considerando que a conversação organiza-se em turnos, e que, conforme dito no capítulo I desta dissertação de mestrado, os turnos consistem em intervenções dos participantes no decorrer da interação, podemos afirmar que dos textos analisados neste bloco, ou seja, T1, T2 e T3 o que apresentam de forma clara os turnos dos interlocutores é T3. Nesse texto os turnos são marcados de forma muito clara nos comentários dos participantes, já que esses comentários apresentam-se de forma linear (na posição vertical) e ainda trazem consigo o registro da data e do horário em que a enunciação foi feita.

Voltando à questão da interatividade listada por Koch (2003a) como uma das características de um hipergênero, retomaremos T3 a fim de tornar mais evidente a interação presente em textos de páginas do *facebook*.

**CEFET-MG - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais** compartilhou um link.  
17 de dezembro

**VENHA TRABALHAR CONOSCO!!!**  
Concurso Público para a área Administrativa do CEFET-MG.  
Várias Vagas, várias cidades.  
Inscrições abertas.  
Acesse  
<http://www.concursopublico.cefetmg.br/TA/apresentacao.html>

**Concurso Publico Tecnico Administrativo CEFET-MG**  
[www.concursopublico.cefetmg.br](http://www.concursopublico.cefetmg.br)

O CEFET-MG, abrirá inscrições para concurso público de provas destinado ao provimento de cargos efetivos do Quadro de Pessoal do CEFET-MG, para as unidades de Belo Horizonte, conforme Edital 144/2013 e para as Unidades de Araxá, Contagem, Curvelo, Divinópolis,

Curtir · Comentar · Compartilhar 29

**Figura 3.** Texto publicado na Página do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Acesso em 26/12/2013.

A interação entre o enunciário e o texto é marcante na própria construção do texto (que já apresenta, no modelo recortado nesta dissertação, contribuições e alterações feitas de forma escrita pelo enunciário/leitor que no momento que passa a ‘contribuir’ com o texto postando uma mensagem passa a ser também enunciador dele). Em T3, outro aspecto importante que exemplifica essa questão de produção interacional e pragmática são as ocorrências das marcas conversacionais, frequentes em situações de interação, principalmente em interações face a face. Vale lembrar as máximas conversacionais já mencionadas no capítulo I desta dissertação, são elas: máxima da quantidade (dizer apenas o necessário); máxima da qualidade (dizer apenas verdades); máxima da relação (dizer somente o que for relevante) e máxima de modo (ser claro e conciso, evitar prolixidades).

Vale ainda ressaltar que as interações presentes em T1, T2 e T3 são assimétricas, visto que o enunciador detém o poder da palavra e a distribui de acordo com a sua vontade, posteriormente o(s) enunciário(s) interage curtindo, compartilhando, ou, no caso de T3, comentando o assunto postado. Convém dizer ainda que em T3 essa assimetria da interação

está diretamente evidente nas datas e nos horários registrados como momentos da postagem (momentos das interações).

Em relação aos tópicos discursivos, é importante deixar claro que eles estão presentes nos textos analisados neste primeiro bloco de textos. Em T1 e T2 os interlocutores têm sua atenção centrada em um assunto principal, ou seja, enunciador e enunciatário têm a atenção voltada para um tópico discursivo principal (que, no caso de T1 é o vestibular proposto, e, no caso de T2 é a própria instituição de ensino, ela é o tópico discursivo). Já T3 apresenta um supertópico (que é o concurso público oferecido para a área administrativa do Cefet-MG) e outros subtópicos que são, dentre outros, o edital, o endereço de acesso a maiores informações.

Ainda sobre a linguagem verbal apresentada em T3 é possível afirmar que nela observamos o princípio da cooperação. Tal princípio, conforme citado no capítulo I desta dissertação, apresenta quatro máximas e todas as quatro estão presentes em T3. No trecho “Venha trabalhar conosco!!! Concurso Público para a área Administrativa do CEFET-MG. Várias Vagas, várias cidades. Inscrições abertas. Acesse <http://www.concursopublico.cefetmg.br/TA/apresentacao.html>” percebemos a máxima da quantidade, já que o enunciatário diz apenas o necessário; percebemos também a máxima da qualidade, pois no enunciado está o que o enunciatário julga ser verdade; notamos ainda, de maneira bem evidente, a máxima da relação, visto que o enunciatário diz apenas o que é relevante e de fato importante; e, por fim, vimos a máxima de modo, já que o enunciado é bem conciso.

Lendo atentamente T3, é importante registrar a presença de estratégia conversacional apresentada por Koch (2003) e também citada no capítulo I desta dissertação. Se atentarmos ao espaço destinado aos comentários dos usuários da página, leitores/interlocutores do texto notamos que nos enunciados postados pelos usuários “A.C.M.” (primeiro comentário), “L.R.” (segundo comentário) e “C. C. F. E. T.” (terceiro comentário) quando o enunciador percebe que o enunciatário compreenderá com facilidade o que se pretende comunicar, a continuação da enunciação escrita pelo enunciador não é mais necessária. Tanto que “A.C.M.” diz apenas “Vejam” e marca o nome de pessoas (enunciatários) que provavelmente se interessem pelo assunto principal tratado no texto, ou seja, que se interessem em fazer o referido concurso; deixando que os leitores façam as inferências necessárias e compreendam o que ele pretende dizer. O mesmo ocorre nos comentários de “L.R.” e “C. C. F. E. T.” visto que ao se referirem ao termo “edital”, não explicitam edital de quê, deixando com que o leitor faça a inferência

necessária e relacione o sintagma edital ao concurso mencionado anteriormente, na parte superior de T3.

Ainda nos atentando à T3 e, especialmente, a trechos de linguagem verbal apresentada no espaço destinado aos comentários de usuários da página da qual o texto foi recortado, cabe fazer uma breve análise acerca de características de textos falados e de textos escritos. Podemos considerar que os enunciados postados como comentários têm características da escrita, já que o escritor (enunciador), no ato de escrever, não interage com seu leitor (enunciatário). Ele escreve o texto sozinho, sem a colaboração do leitor. Mas os mesmos enunciados têm também características da fala, já que tendem para o não planejamento e marcas de coloquialidade, como, por exemplo, no comentário de “L. R.” que diz “e cade o edital?” utilizando palavras de uma língua portuguesa informal, já que inicia o período com letra minúscula e deixa de acentuar a palavra ‘cadê’. Existe em T3 um contexto situacional, marcado pelas interações e contribuições dos enunciadores e enunciatários que o caracterizaria como texto falado, pois nos textos de modalidade falada que é comum a presença de contexto situacional. Porém outra característica da fala, a presença física dos interlocutores no momento de produção do texto, não está presente em T3. Conforme citado por Barros (2000), no texto falado há construção coletiva e alternância de papéis, há descontração e simetria. Em T3, considerando ainda o trecho destinado aos comentários dos participantes, mesmo o texto sendo escrito, há uma construção coletiva, já que os usuários vão postando seus comentários e, dessa forma, construindo o texto. Há também uma alternância de papéis, pois em dado momento quem posta o enunciado é o enunciador (autor) e, no momento em que ele lê, tal enunciado passa a ser enunciatário (leitor). A informalidade prevista no texto falado também está presente nos comentários dos participantes, afinal eles fazem uso de um português coloquial e não utilizam de nenhum instrumento que faria a linguagem apresentada ser considerada formal. Em relação à simetria presente nos textos falados, essa não está presente em T3. Conforme já citado essa assimetria do texto em questão está colocada em evidencia nas datas e nos horários registrados como momentos da enunciação (postagem dos comentários). Vale ainda dizer que o texto falado é considerado, como já visto no capítulo I, como célere e o escrito é lento; porém o que se vê no trecho em questão (trecho destinado aos comentários dos participantes) é um texto escrito de forma apressada, haja vista os “erros” ortográficos apresentados. Assim, em T3, notamos que há, conforme pontua Barros (2000, p. 57), uma dificuldade de separação bem definida entre fala e escrita. Observando nos enunciados postados como “comentários” que características da fala e



da escrita se mesclam, então, podemos afirmar que T3 é um exemplo de posição intermediária entre texto falado e texto escrito.

A figurativização do enunciado visual de T1, caracterizado por meio de pessoas jovens, com semblante satisfeito/feliz, olhar otimista “para o futuro”, a sua disposição topológica, assim como o cromatismo utilizado em todo o texto (cores sóbrias), remetem à imagem de uma instituição séria, moderna, atenta às novas necessidades dos jovens, competente, que atende as expectativas, detentora de boa qualidade e de credibilidade. Já em T2 a imagem apresentada, foto de um campus da instituição, em cores vibrantes e atraentes, trazem à tona a ideia de “transparência” e efeito de sentido de verdade nas informações. Usa-se a imagem da localidade para que o enunciador transmita ao enunciatário a ideia de uma instituição que possui o simulacro de parecer ser de qualidade, bem conservada e de ambiente agradável.

Com relação ao *éthos* característico desses enunciados, podemos notar que o uso de pouca linguagem verbal em T1, representada por meio de frases curtas, indicando rapidamente o assunto, o local e a data; o uso de pouca linguagem verbal em T2, com a identificação apenas da página da instituição e de elementos do *facebook*, e o uso em T3 de linguagem verbal constituída de frases curtas (informações essenciais) e *link* de acesso à outras páginas mais detalhadas sobre o assunto tratado, mostram, na totalidade enunciada no texto, o ator da enunciação como aquele que não quer paradas para a leitura, um sujeito impaciente que busca informações rápidas. Assim, podemos afirmar que a linguagem desses textos apresenta um estilo mais célere do que outros textos, comumente encontrados de forma impressa ou mesmo na internet, em sites ou até mesmo em outras páginas do *facebook*.

Em T1, tratando especificamente do trecho em que o enunciador convida o enunciatário para fazer sua inscrição no curso de graduação (GRADUAÇÃO 2º semestre 2013 INSCREVA-SE [www.copeve.cefetmg.br](http://www.copeve.cefetmg.br) a partir de 24 de abril), é possível perceber no enunciado o uso da modalização deôntica, do dever fazer, de tal forma que leve o enunciatário a seguir a programação proposta pelo texto da ação de se inscrever no curso proposto. O enunciado constrói uma manipulação para que o enunciatário (actante coletivo), tendo sido persuadido e realizado a adesão ao objeto valor saber e poder ser bem sucedido, e, portanto, deonticamente modalizado, queira pertencer àquela instituição educacional (àquele curso oferecido, mais especificamente). Também podemos evidenciar uma enunciação enunciada nesse trecho, marcada pelo uso do modo imperativo em *inscreva-se*. Em T3 é possível perceber também no enunciado uso de modalização deôntica, de forma que leve o enunciatário a seguir a proposta do texto da ação de se inscrever no concurso público

oferecido e, então, ir (caso seja aprovado no concurso) trabalhar no CEFET-MG. Essa modalização deôntica fica evidenciada no convite efetivado com os dizeres “venha trabalhar conosco!!!Concurso público para a área administrativa do CEFET-MG. Várias vagas, várias cidades. Inscrições abertas. Acesse <http://www.concursopublico.cefetmg.br/TA/apresentacao.html>”. Em T3 a enunciação enunciada é marcada pelo uso do modo imperativo em *Venha* (do trecho “Venha trabalhar conosco!!!”). Já em T2 não há essa modalização deôntica, pelo menos não de forma clara e evidente. E também não há enunciação enunciada. O que se nota em T2 é o uso da imagem do campus com o intuito de convencer o enunciatário sobre a qualidade da instituição e, a partir desse convencimento, levar o enunciatário ao ato do dever fazer (modalização deôntica), ou seja, fazer parte daquela instituição.

Tanto em T1 quanto em T2, na parte de baixo, à esquerda, temos um pequeno quadro com os dizeres “CEFET - MG”. Esse quadro é representativo da foto do perfil que é apresentada junto à foto de capa da página acessada, no caso a página do CEFET-MG. A foto do perfil<sup>15</sup> com os dizeres “CEFET-MG” legitimam a instituição, o que configura a autoridade da página institucional do CEFET-MG. Em T3 a mesma foto do perfil é apresentada logo no início do texto, também dando legitimidade à instituição. Tal foto (foto de perfil), em T3, vem seguida dos dizeres “CEFET-MG Centro de Formação Tecnológica de Minas Gerais”. Os mesmos dizeres aparecem também em T1 e T2, logo ao lado do quadro com a foto de perfil (agora também com o detalhamento da sigla – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais). Em T1 e T2 aparecem sintagmas mencionando quantas pessoas curtiram e quantas pessoas falam sobre isso no momento. Esses elementos constituem caracteres da estrutura composicional do gênero página do *facebook*. À direita, em T1 e T2, abaixo da foto principal (que faz referência à graduação oferecida pela instituição em T1 e foto de campus da instituição, em cor vibrante em T2) aparecem ícones escritos “curtir” e “mensagem”, nos quais os usuários da rede poderão clicar e assim curtir a página e/ou deixar uma mensagem. Esses mesmo ícones (“curtir” e “mensagem”) aparecem também em T3 e, em T3, há ainda outro caractere do *facebook*, o “compartilhar”, e logo à frente o ícone onde se pode clicar e ver os compartilhamentos dos textos realizados; na frente desse ícone há o número 29 (vinte e nove) que evidencia o número de pessoas que fizeram tais compartilhamentos.

<sup>15</sup>As fotos de perfil de páginas são quadradas e exibidas no tamanho 160x160 pixels. A foto carregada deve ter no mínimo 180x180 pixels. Fotos de perfil de Páginas são exibidas ao lado do nome da Página no site. Na capa da Página, a foto do perfil é exibida 28 pixels do lado esquerdo e 210 pixels do topo da foto.

Tanto em T1, T2 quanto em T3, ao observarmos o texto como um todo, também podemos pressupor a presença de um enunciário que busca informações rápidas. Esse enunciário pode interagir no *aqui* e no *agora*, também de forma rápida, por exemplo, clicando no local onde há a enunciação “curtir”, ou postando uma mensagem na página, ou, no caso de T3, compartilhando o texto lido, ou ainda, em T1 e T3 se dirigindo aos sites propostos para as inscrições no vestibular (T1) ou no concurso público (T3).

Observando a totalidade dos enunciados, a unidade dos textos recortados, podemos pressupor, tanto em T1 quanto em T2, e também em T3 o *éthos* de um enunciador com credibilidade (cuja autoridade é evidenciada pelo logo do CEFET-MG – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais), que tem como objetivo prestar informações com efeito de sentido de verdade acerca de algo. Ele, o enunciador, quer parecer verdadeiro, confiável, com credibilidade e assim convencer seu enunciário – no caso, acerca da graduação oferecida (em T1), seja por meio do número exato de pessoas que curtiu, falou sobre ou esteve na página (em T1 e T2), acerca da própria instituição (T2), do número de curtidas e do número de compartilhamentos (T3), do número de mensagens e também as próprias mensagens postadas (T3).

Em relação à T3, vale dizer que, no caso do espaço destinado aos comentários (mensagens postadas pelos usuários que visitaram a página em questão) notamos que há uma transmutação da função de simplesmente declarar uma opinião ou comentário pessoal do que foi dito ou exposto para a função de bate-papo, de interação espontânea, síncrona ou assíncrona (essa transmutação fica evidenciada com os dizeres postados pelos usuários). Há ainda nesses comentários de T3 índices de ocorrências de marcas conversacionais, frequentes na fala do português brasileiro, especialmente em interações face a face (como por exemplo no segundo comentário o uso de “e” ao iniciar o comentário “e cade o edital?”. Essas marcas conversacionais funcionam como articuladores coesivos e também marcam as condições de produção interacional e pragmática. Vale evidenciar que nos comentários postados em T3 há certa recorrência de uma escrita que foge ao português normativo (por exemplo a palavra “cade” no segundo comentário escrita sem o acento circunflexo, ou ainda o uso de minúsculas no início de frases – também no segundo comentário) o que é bastante comum em bate-papos ou outros meios de escrita (rápida) via internet.

Temos em todos os textos analisados o *pathos* de um enunciário jovem, atento aos estudos, otimista em relação ao futuro e às mudanças no mundo, um enunciário interessado em aprimorar seus conhecimentos e que busca uma boa qualificação e um bom posicionamento no mercado de trabalho.

## Texto IV



Figura 3. Foto de capa da Página do Senac Minas. Acesso em 07 de maio de 2013.

## Texto V



Figura 4. Foto de capa da Página do Senac Minas. Acesso em 20 de novembro de 2013.

## Texto VI



**Senac Minas**  
23 de dezembro

Bem próxima a Belo Horizonte, Santa Luzia é uma ótima opção para quem deseja conhecer um pouco mais da história de Minas Gerais. Além de seus vários atrativos, a devoção à santa protetora dos olhos motiva o turismo religioso na cidade. Saiba mais sobre esse destino mineiro no #Descubraminas. Informações também em inglês! <http://ow.ly/rVQ9Y>

(Foto: Maria Lucia Dornas)



Curtir · Comentar · Compartilhar 1

6 pessoas curtiram isso.

 **E S** Em frente à igreja matriz tem a casa de Juli que também é histórica. Virando à esquerda vai para Macaúbas, zona rural de Santa Luzia, lugar onde eu nasci, que tem um convento (Mosteiro Nossa Senhora da Conceição, local que funcionou como colégio feminino e teve como alunas as filhas de Chica da Silva.  
23 de dezembro às 12:48 · Curtir



**Figura 6.** Texto publicado na Página do Senac Minas. Acesso em 26 de dezembro de 2013.

### **Análise dos Textos IV, V e VI**

Nos textos 4, 5 e 6, doravante T4, T5 e T6, todos presentes na página do Senac Minas, na rede social *facebook*, notamos a presença de utilização do sincretismo verbo-visual, mediante o uso de linguagem verbal e não verbal. Ao observarmos os textos como um todo verificamos neles a presença de cores fortes – nota-se amarelo, laranja, vermelho, em T4; tem-se azul, laranja e amarelo em T5 e, por fim, em T6 é possível verificar as cores azul, branco, além de brilho e nitidez.

Em T4, ao analisarmos o enunciado de maior dimensão, com cromatismo em vermelho e laranja, onde se lê “Seus sonhos os trouxeram até aqui. E vão leva-los ainda mais longe” e, ao observarmos a imagem disposta no enunciado, figurativizada por meio de pessoas com semblante satisfeito/feliz, representando profissionais com vestimentas próprias de trabalho bem sucedidos e satisfeitos, podemos afirmar que a linguagem não verbal (imagem) e a linguagem verbal (enunciado escrito) estão em relação direta uma com o outra, o que configura a presença de sincretismo. Podemos notar, ainda, que ambos relacionam-se ao enunciado presente no pequeno ícone de cor vermelha, amarelo e laranja “Vestibular Faculdade Senac”. Em T5 notamos também a relação direta entre as linguagens verbal e não verbal representada pelo enunciado “Na prática, você preparado para o mercado de trabalho”, associada à imagem de grupo de pessoas (também com semblante satisfeito/feliz), representando estudantes “preparados para o mercado de trabalho” e satisfeitos. As linguagens verbal e não verbal de T5, citadas acima, relacionam-se ainda com o enunciado apresentado do lado direito do texto onde se lê “Vestibular Faculdade Senac”. Cabe darmos destaque ao cromatismo apresentado nesse enunciado. O sintagma “vestibular” vem na cor amarela para se destacar entre as outras palavras presentes no texto. O uso da cor amarela é característico, utilizado com o intuito de levar o enunciatário a prender sua atenção na mensagem transmitida e, posteriormente, se inscrever no processo seletivo. Na parte não verbal de T5 também são utilizadas cores vivas (como em T4) a fim de ressaltar a boa imagem que se pretende passar dos grupos figurativizados, ou seja, jovens satisfeitos e preparados para o mercado de trabalho. Vale atentar para a diversidade de etnias que o grupo de estudantes representa, todos demonstrando estar em sintonia uns com os outros, sorridentes, lendo livros em uma biblioteca. Em T6 também há relação direta entre as linguagens utilizadas, ou seja, linguagem verbal e não verbal. Nesse texto verifica-se, primeiramente, o uso de linguagem verbal por meio da descrição e exposição de informações

básicas a respeito da cidade Santa Luzia e, logo abaixo, uma foto (em cores vibrantes e atraentes) da mesma cidade.

Ainda com relação às imagens presentes nesses textos, pode-se notar em T4 que a direção enunciativa do olhar de dois dos sujeitos do enunciado (homem de branco na frente e mulher de branco à direita) remete diretamente ao enunciatário, de tal forma que haja identificação entre ambos. Em T5 o que se vê (ou a imagem que se tenta passar) é a identificação entre as pessoas figuratizadas (e não entre enunciador e enunciatário). Em relação à foto apresentada em T6 vale destacar, além do uso das cores (vibrantes e atraentes), o foco da foto dando evidência à igreja e, assim, trazendo à tona a imagem de uma cidade ligada à questões religiosas, e, por fim, o ângulo em que a foto foi tirada, ressaltando as cores do céu (céu límpido, dia claro com nuvens e sol) e a arquitetura da cidade, arquitetura essa que remete à questão histórica e turística da cidade (também citada brevemente no trecho com linguagem verbal acima da foto). A foto com suas cores, foco e ângulo é colocada nesse texto, junto à descrição e informações rápidas da cidade Santa Luzia, a fim de seduzir o leitor e reforçar o convite para que o leitor visite a cidade.

Em T5 é possível perceber forte presença de cromatismo. Tanto na linguagem verbal quanto na linguagem não verbal apresentadas no texto se vê o uso de cores fortes a fim de levar o leitor a ter foco na mensagem transmitida e, posteriormente, se inscrever no processo seletivo em questão. A publicidade do vestibular e da faculdade oferecidos pela instituição está em cores bem marcantes fazendo contraste com a linguagem verbal apresentada no texto.

Em T4 nota-se ícone, à esquerda, em contraste de cores laranja, amarelo e branco, uma publicidade do vestibular e da faculdade oferecidos pela instituição Senac Minas. A mesma publicidade em T5 aparece do lado direito, nas cores amarela e branco, em contraste com um azul vibrante ao fundo. Em T6, diferentemente de T4 e T5, o que se vê não é propaganda de vestibular ou algo relacionado diretamente à instituição, mas sim a propaganda de uma cidade mineira: Santa Luzia. Assim, podemos observar que ocorre *marketing* também nos textos apresentados neste bloco, ou seja, T4, T5 e T6. Em T4 e T5 *marketing* relacionado às estratégias e ações que visam a consolidar imagem da instituição; enquanto em T6 o *marketing* observado diz respeito ao conjunto de estratégias e ações que visam a consolidar a imagem da cidade, consolidar o conceito de que a cidade Santa Luzia é uma boa cidade para se conhecer e visitar. O *marketing* presente em T6 está voltado às técnicas de comercialização, não diretamente de produtos, mas de um local (cidade Santa Luzia), visando à permanência do nome dessa cidade no mercado, e ainda visando a sobrevivência da cidade em roteiros turísticos e sua expansão.

Voltando ao ícone que aparece à esquerda, na parte superior de T4, vale dizer que o mesmo representa imagem que marca instauração de lugar (aqui = Senac). Esse ícone pode ser entendido como um ponto de referência, marcando o lugar no espaço (Aqui, Senac X Lá, longe).

Assim como ocorreu nos textos apresentados no primeiro bloco (T1, T2 e T3), também aqui, nos textos T4, T5 e T6 houve distribuição de informações, característica essa de estratégias de *marketing*. E com essa distribuição de informações (seja de divulgação de vestibular, evidente em T4 e T5; seja de divulgação da cidade, em T6) entra, também, em cena a persuasão. O enunciador está interessado em convencer o enunciatário de algo, isto é, no caso de T4 e T5, o enunciador quer convencer o enunciatário de que Senac Minas é uma boa instituição para se estudar e que o leitor deve fazer sua inscrição nos vestibulares divulgados; e, no caso de T6, o enunciador quer convencer o enunciatário de que Santa Luzia é uma boa cidade para se conhecer e passear. Assim, como ocorre também em T1, T2 e T3, o enunciador ativa todos os recursos possíveis (linguísticos e não linguísticos) com a intenção de levar o enunciatário a acreditar naquilo que o texto diz e, ainda, fazer aquilo que é proposto no texto (o que é conhecido como modalização deôntica) – se inscrever para o vestibular, em T4 e T5; ou conhecer e/ou visitar a cidade Santa Luzia, proposto em T6.

A questão da persuasão fica também evidente nos textos apresentados nesse bloco. É possível perceber que os textos apresentados aqui (T4, T5 e T6) são dotados também de poder persuasivo (como T1, T2 e T3) que vão desde combinações de cores, imagens e ilustrações, até a forma de apresentação utilizada e à linguagem do enunciador. Nos textos em questão, bem como ocorre em T1, T2 e T3, a retórica é organizada e utilizada com a finalidade de persuadir quem recebe o texto, ou seja, o leitor. Esse leitor, persuadido, aceita a ideia imposta pelos textos e a toma como sendo verdadeira. Observando T4, T5 e T6, podemos afirmar que enquanto T6 oferece bens e serviços relacionados a viagem e lazer, visto que a cidade à qual o texto faz referência – Santa Luzia – é turística; T4 e T5 oferecem a promessa de um futuro melhor que fica evidenciado de forma clara nos seguintes enunciados: “Seus sonhos os trouxeram até aqui. E vão levá-los ainda mais longe”, em T4 e “Na prática, você preparado para o mercado de trabalho”, em T5.

Em T4, T5 e T6 há também a presença de intergenericidade (intertextualidade entre gêneros, em que um serve de apoio ao outro). Essa intergenericidade está marcada em T4 e T5 pelo fato de esses textos serem informativos, estarem apresentado em forma de anúncio publicitário e serem considerados também como textos de capa de página do *facebook*. Em T6, assim como ocorre em T3, a intertextualidade intergêneros está evidenciada a partir da



ideia de que T6 que pode ser entendido como um texto informativo (acerca da cidade Santa Luzia), pode ser entendido como um texto de divulgação (da cidade citada), um anúncio publicitário e ainda visto como uma postagem em página do *facebook*.

O uso de frases curtas em T4 e T5, e de texto verbal apresentado de forma sucinta e breve em T6, indicando rapidamente os assuntos, mostra, na totalidade enunciada no texto, bem como em T1, T2 e T3 analisados anteriormente, o ator da enunciação como um sujeito impaciente que busca informações rápidas. Assim, podemos afirmar que a linguagem desses textos (T4, T5 e T6) também apresentam um estilo rápido.

Tratemos especificamente dos trechos “Seus sonhos os trouxeram até aqui. E vão levá-los ainda mais longe”, em T4; “Na prática, você preparado para o mercado de trabalho”, em T5 e ao trecho com linguagem verbal apresentado acima da foto em T6 (“Bem próximo a Belo Horizonte, Santa Luzia é uma ótima opção para quem deseja conhecer um pouco mais da história de Minas Gerais. Além de seus vários atrativos, a devoção à santa protetora dos olhos motiva o turismo religioso na cidade. Saiba mais sobre esse destino mineiro no #Descubraminas. Informações também em inglês! <http://ow.ly/rVQ9Y>”). É possível perceber nos enunciados o uso da modalização do dever fazer (modalização deôntica), de forma a levar o enunciatário a seguir a programação proposta pelos textos da ação de se inscrever nos vestibulares propostos, de cursar uma faculdade em T4 e T5. Temos, ainda, a ação de visitar a cidade Santa Luzia, no caso de T6. Em todos os textos os enunciados constroem uma manipulação para que o enunciatário, tendo sido persuadido e realizado a adesão ao objeto de valor, saber e poder ser bem sucedido, queira e deva pertencer àquela instituição educacional, no caso de T4 e T5; e queira e deva visitar a cidade santa Luzia, no caso de T6.

Nos textos T4 e T5, abaixo, à esquerda, temos um pequeno quadro, de cor alaranjada em T4 e de cor azul em T5, no qual vemos escrito (na cor branca em ambos os textos) “Senac”. Esses quadros aparecem como foto do perfil e o uso do dizer mencionado (“Senac”) se faz a fim de legitimar a instituição, o que configura a autoridade da página institucional do Senac. Ainda para legitimar e configurar a autoridade da página, há ao lado dos quadros mencionados (quadro laranja em T4 e azul em T5, com o dizer “Senac” na cor branca em ambos os textos) “Senac Minas”, o que legitima e configura a autoridade da página de forma mais específica, já que menciona o termo “Minas” indicando exatamente a que localidade se relaciona. Em T6 o quadro mencionado também aparece, com o mesmo dizer (“Senac”) e mais uma vez na cor azul com o dizer na cor branca (como em T5) e também como foto do perfil, mais uma vez legitimando e configurando a autoridade da página.

Em T4 e T5, assim como ocorre em T1 e T2, aparecem, na parte inferior do texto, elementos comuns em páginas desse tipo, caracteres da estrutura composicional do *facebook*. São esses elementos os sintagmas mencionando quantas pessoas curtiram e quantas pessoas falam sobre isso no momento. Também como ocorre em T1 e T2, à direita da página, abaixo das imagens principais aparecem ícones escritos “curtir” e “mensagem”, nos quais os usuários da rede poderão clicar e, assim, curtir a página e/ou deixar uma mensagem. Aderindo a tais procedimentos (curtir ou deixar mensagem), o enunciatário estará imediatamente interagindo de forma direta com o enunciador do texto. Em T6 (como ocorre em T3) os ícones “curtir” e “mensagem” também aparecem. Além desses, há ainda outro caractere do *facebook*, o “compartilhar”, e logo à frente o ícone onde se pode clicar e ver os compartilhamentos feitos desse texto (T6); na frente desse ícone há o número 1 (um) que equivale ao número de pessoas que fizeram o compartilhamento do texto em questão.

Podemos afirmar que em T4, T5 e T6, bem como em T1, T2 e T3, podemos pressupor um enunciatário que busca informações céleres e que esse enunciatário poderá interagir no *aqui* e no *agora* (também rapidamente) clicando no local onde há a enunciação “curtir”, ou postando uma mensagem (comentário) na página, ou ainda compartilhando o texto (no caso de T6). É importante dizer que em T6, no caso do espaço destinado aos comentários (mensagens postadas pelos usuários que visitaram a página em questão), observamos que há também (assim como ocorreu em T3) uma mudança da função de declarar uma opinião pessoal do que foi exposto para a função de bate-papo, de interação espontânea, síncrona ou assíncrona. Entretanto, se voltarmos à T3 observaremos que há diversos comentários postados o que permite evidenciar mais uma forma de interação entre os usuários, visitantes da página em questão. Em T6 há apenas um comentário, portanto, nesse ponto, não há evidência de interação entre os usuários, o que não significa que a interação não ocorra, pois, a partir do momento em que se visita a página e que a leitura é feita já está ocorrendo interação entre os usuários (autor/leitor). No comentário postado pelo usuário E.S em T6 (veja comentário destacado no texto) há marcas de um português coloquial comum na fala do português do Brasil. Observa-se nesse comentário a presença de um enunciado enunciado com marcas de pessoa, espaço e tempo: marcas de pessoa com o uso de expressões tais como “casa de *Juli*”, “lugar onde *eu* nasci” e “as *filhas de Chica da Silva*”; marcas de espaço em “*Em frente a igreja matriz (...)* *Virando à esquerda vai para (...)* *lugar onde (...)* *local que funcionou(...)*”; e, por fim, marcas de tempo com os verbos utilizados no presente do indicativo, gerúndio e no pretérito perfeito do indicativo em “*(...) tem a casa de Juli (...)*”, “*Virando à esquerda vai para (...)*”, “*(...) que tem um convento (...)*”, “*local que funcionou (...)* e *teve com alunas (...)*”.

Ainda em relação à questão das interações presentes em T4, T5 e T6 convém dizer que, assim como ocorre nos textos analisados no primeiro bloco desta dissertação (T1, T2 e T3), as interações de T4, T5 e T6 são assimétricas, pois o enunciador faz a enunciação de acordo com sua preferência e só depois o(s) enunciatário(s) interage curtindo, compartilhando, ou, no caso de T6, comentando o assunto postado. Destacamos que, como visto em T3, também em T6 a assimetria está evidenciada pelas datas e horários registrados como momento da enunciação escrita na forma de “comentário”.

Em T1, T2 e T3 podemos pressupor o *éthos* de um enunciador com credibilidade, cuja autoridade é evidenciada pelo logotipo do Cefet. O mesmo acontece em T4, T5 e T6, porém a autoridade fica evidenciada pelo logotipo do Senac, que tem como objetivo prestar informações com efeito de sentido de verdade, um simulacro, um parecer ser verdadeiro, que o enunciador quer passar como credibilidade e não a verdade em si acerca de algo. Vale citar ainda, em relação à T5 e à questão de autoridade/efeito de credibilidade, o fato desse texto (T5) apresentar na parte inferior, do lado direito, o logo do Fecomércio MG. A presença desse logotipo reforça a pressuposição de *éthos* de um enunciador com credibilidade.

No caso de T4 e T5, temos informações sobre a instituição (vestibular, faculdade) e também sobre o número exato de pessoas que curtiram, falaram sobre, estiveram na página. No caso de T6 informações sobre a cidade Santa Luzia, sobre as curtidas, compartilhamentos e comentários referentes ao texto.

Em relação ao *pathos* de T4 e T5, a imagem veiculada é a de um enunciatário jovem, sonhador, perseverante, desejoso de estudos, interessado em aprimorar seus conhecimentos e que busca uma boa qualificação para o mercado de trabalho. Já em T6 a imagem que se tem é de pessoas (e não somente pessoas jovens) que têm interesses em conhecer cidades turísticas, especialmente ligadas ao turismo religioso e histórico.

Vale destacar ainda questões relacionadas à publicidade e propaganda. Em todos os textos deste bloco (T4, T5 e T6) podemos notar a presença de publicidade. Em T4 e T5 trata-se de propaganda institucional e em T6 temos a propaganda de uma cidade (Santa Luzia). T6 funciona também, na página em que foi encontrado e da qual foi recortado (Página do Senac Minas) com o veículo publicitário no qual, acessando outros endereços publicados no texto (#Descubraminas, ou <http://ow.by/rVQ9Y>) o leitor será dirigido à outra página contendo mais informações acerca do assunto tratado, ou seja, acerca da cidade Santa Luzia.

Voltando a atenção apenas para T6, é importante dizer que há nele evidências do princípio da cooperação, bem como ocorre em T3. Se considerarmos a parte superior do texto, onde está o assunto principal (informações turísticas da cidade Santa Luzia), podemos afirmar

que há em T6 as quatro máximas da conversação propostas por Grice. No trecho “Bem próxima à Belo Horizonte, Santa Luzia é uma ótima opção para quem deseja conhecer um pouco mais da história de Minas Gerais. Além de seus vários atrativos, a devoção à santa protetora dos olhos motiva o turismo religioso na cidade. Saiba mais sobre esse destino mineiro no #Descubraminas. Informações também em inglês! <http://ow.ly/rVQ9Y>” notamos a máxima da quantidade, pois o enunciador diz apenas o que é realmente importante; notamos também a máxima da qualidade, visto que o enunciador diz aquilo que julga ser verdadeiro; notamos ainda a máxima da relação, pois o enunciador diz somente o que é relevante; e, finalmente, notamos a máxima de modo, já que o enunciador organiza seu enunciado de forma clara e concisa, sem prolixidades.

Continuando a voltar a atenção especificamente para T6, e observando nele o trecho de linguagem verbal apresentada no espaço destinado aos comentários de interlocutores, vale registrar observações pontuais sobre as características de fala e escrita apresentadas no trecho em questão. No enunciado de “E. S.”, comentário feito em relação ao supertópico apresentado na parte superior de T6 percebemos algumas características da escrita tais como um certo planejamento, visto que o texto não apresenta “erros” ortográficos por exemplo; a não interação no momento exato em que a enunciação é postada (afinal, mesmo por milésimos de segundos o momento da enunciação se afastará do momento de leitura por parte do enunciatário); marcas de formalidade, já que o texto apresenta por exemplo, letras maiúsculas e pontuação adequadas; e, ainda podemos dizer que não há presença física dos interlocutores no momento de produção do texto, o que é mais uma característica da escrita observada em T6. Entretanto, o mesmo trecho, apresenta também características da fala tais como: existência de contexto situacional, evidenciado pelo comentário de “E. S.” dando mais informações sobre o assunto principal tratado no texto e, dessa forma, interagindo e contribuindo na construção do texto. Com esse comentário feito, evidenciamos a construção coletiva do texto e também a alternância de papéis (já supomos que “E. S.” foi enunciatário da parte superior do texto e depois torna-se enunciador postando um comentário). Outra característica da fala presente no trecho em questão é o fato de o enunciado (comentário de “E. S.”) se apresentar de forma concisa, evidenciando um texto rápido, acelerado. Após observar atentamente as características relacionadas ao texto falado e ao texto escrito presentes no comentário de “E. S.”, podemos confirmar que, assim como observado em T3, em T6 também constatamos uma dificuldade de separação bem marcada entre o texto falado e o texto escrito. Na enunciação de “E. S.” as características da fala e da escrita se misturam,

portanto, T6 é, assim como T3, também um exemplo de posição intermediária entre texto na modalidade falada e texto na modalidade escrita.

Vale ainda ressaltar a data em que T6 foi postado (23 de dezembro), época em que os estudantes da instituição em questão estão de férias escolares, o que, provavelmente justifica o post mais voltado ao âmbito turístico.

Os tópicos discursivos também estão presentes em T4, T5 e T6. Assim sendo, observando os textos em questão, podemos afirmar que T4 e T5 apresentam mais de um tópico, porém, há neles um tópico principal, para o qual os interlocutores voltam a atenção. Tanto em T4 quanto em T5 o tópico principal é o vestibular da Faculdade Senac. Já T6 apresenta um assunto principal, que é seu supertópico (informações turísticas da cidade Santa Luzia) e outros subtópicos como, por exemplo, o *link* que dá acesso ao endereço para saber mais sobre o destino ((#Descubraminas) ou o *link* para informações em inglês (<http://ow.by/rVQ9Y>).

Vale ainda tecer comentários acerca de sobre a argumentação pelo exemplo e para isso retomemos o enunciado T4.



**Figura 3.** Foto de capa da Página do Senac Minas. Acesso em 07 de maio de 2013.

Nele notamos a presença da argumentação pelo exemplo. Por meio do enunciado visual figurativizado por meio de pessoas com semblante satisfeito/feliz, representando profissionais bem sucedidos e satisfeitos, temos assim, uma argumentação pelo exemplo que, como aponta (Reboul, 2004, 182), deve ser apresentado como algo digno de imitação. Assim sendo, se eles conseguiram atingir seus ideais, o enunciatário também poderá fazê-lo (Seus

sonhos o trouxeram até aqui. E vão leva-los ainda mais longe). Essa argumentação também pode ser apresentada por meio do enunciado visual no que diz respeito a diretividade do olhar de um dos sujeitos figurativizados. Ele se dirige diretamente ao enunciatário, o conclamando a ocupar o seu lugar no mercado de trabalho, assim como ele já o conseguiu.

Ainda em T4 é possível observar o argumento de autoridade evidenciado pelo logotipo do Senac, que tem como objetivo prestar informações com efeito de sentido de verdade, ou seja, um simulacro, um parecer ser verdadeiro, que o enunciador quer passar como credibilidade e não a verdade em si acerca de algo. O argumento de autoridade evidenciado pelo logotipo citado está representado pelo enunciado verbal “Senac” que está escrito dentro de um pequeno quadro, no lado esquerdo e na parte inferior do texto. O uso do termo “Senac” se faz com a finalidade de legitimar a instituição, o que configura a autoridade da página institucional em questão. Ainda a fim de legitimar e configurar a autoridade da página, agora de maneira mais específica, vê-se ao lado direito do quadro citado os sintagmas “Senac Minas. Esses termos, já que trazem consigo o sintagma “Minas” aponta de maneira exata a qual local está se relacionando.

Finalizando a análise deste bloco de textos, vale registrar ainda informações acerca da alternância de turnos. Em T6, bem como ocorre em T3, os turnos são marcados a partir do comentário de “E. S.” que vem com registro de data e hora em que a enunciação foi enunciada. A partir da enunciação feita por “E. S.” é possível inferir que o turno em que o comentário foi feito é posterior à postagem principal do texto (parte superior, a qual traz informações sobre a cidade de Santa Luzia), pois o comentário faz referência ao tópico principal, ou seja, ao supertópico que são as informações turísticas sobre a cidade em questão.

## Texto VII



**Figura 7.** Foto de capa da Página Fan Page Oficial da Universidade Federal de Lavras – UFLA. Acesso em 01 de outubro de 2013.

## Texto VIII



**Figura 8.** Foto de capa da Página Fan Page Oficial da Universidade Federal de Lavras – UFLA. Acesso em 20 de novembro de 2013.

**Texto IX**

 **UFLA - Universidade Federal de Lavras** compartilhou um link.  
1 de janeiro

» Feliz 2014! Vale a pena recordar os momentos mais marcantes do ano passado, na #UFLA:

 **Retrospectiva UFLA 2013: reveja, mês a mês, os acontecimentos mais marcantes**  
[www.ufla.br](http://www.ufla.br)

Curtir · Comentar · Compartilhar  9  1

**Figura 9.** Texto publicado na Página Fan Page Oficial da Universidade Federal de Lavras – UFLA. Acesso em 09 de fevereiro de 2014.



## Texto X



**ascom**  
Assessoria de Comunicação

VOLTAR UFPA INÍCIO SOBRE A ASCOM » SERVIÇOS » NOTÍCIAS IMPRENSA »



### Retrospectiva UFLA 2013: reveja, mês a mês, os acontecimentos mais expressivos

Publicado em 30 de dezembro de 2013, 9:16 am, com 1.094 visualizações

Mateus Lima

O ano que termina foi de celebração e muitas realizações inéditas na Universidade Federal de Lavras: entre os fatos ocorridos durante 2013, destacam-se as comemorações pelos 50 anos de Federalização da



ESAL; o anúncio de novos cursos para 2014; a promoção de grandes eventos, como o primeiro Simpósio Internacional de Biodiversidade e primeira Semana de Ciência, Cultura e Arte; o reconhecimento da UFLA como Universidade ambientalmente correta; o início da construção de estruturas físicas que darão suporte às atividades de ensino, pesquisa e extensão; e o avanço da Instituição em diferentes modalidades esportivas.



Confira, de acordo com os meses, as realizações mais importantes:

#### Janeiro

Já no segundo dia do ano, a UFLA recebeu a boa notícia de que [53 projetos feitos na Universidade foram contemplados pela Fapemig](#), recebendo apoios que, somados, chegaram a 1,5 milhão de reais.

O mês foi atípico devido ao retorno das aulas, no dia 26, para a [conclusão do segundo semestre letivo de 2012](#).

#### Fevereiro

Em fevereiro, a UFLA consolidou-se como a [primeira universidade brasileira no ranking internacional Green Metric 2012](#), que aponta o grau de sustentabilidade das instituições de ensino. Esse anúncio antecedeu outras premiações recebidas no decorrer do ano, que valorizaram a preocupação ambiental da Universidade.

O câmpus passou a contar com um [ambulatório para atendimentos básicos de urgência](#), localizado no andar inferior do Pavilhão de Aulas 4.



Jornal UFLA – mai/2013



Arquivo de notícias

Selecionar o mês ▾

#### Mais lidas

IGC-MEC/2009: UFLA é a primeira de Minas e a terceira do Brasil - 56.375 visualizações

Jantar do Ex-Aluno promove integração entre turmas de diferentes gerações – Veja galeria de fotos - 53.096 visualizações

Divulgado IGC/MEC 2010: UFLA é a 1ª de Minas e a 2ª do país - 33.621 visualizações

UFLA mantém destaque no IGC/MEC 2011: 3ª melhor universidade do País e 1ª de Minas pelo 3º ano consecutivo - 25.507 visualizações

Fim de semana festivo para formandos de 13 cursos da UFLA - 25.234 visualizações

#### Dicas de Português

No final de fevereiro, foram assinados [os contratos para início de diversas obras estruturantes da UFLA](#), como o Parque Científico e Tecnológico de Lavras (Lavrastec), [Centro de Eventos](#), [Complexo de Cultura](#) e [Complexo de Esportes de Alto Rendimento](#). Ainda em março as obras tiveram início.

#### Março



A UFLA foi reconhecida novamente por sua gestão ambiental, sendo premiada no [17º Concurso Inovação na Gestão Pública Federal](#), promovido pelo Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) e pela Escola Nacional de Administração Pública (ENAP). A UFLA ficou com o 1º lugar na categoria Planejamento, Orçamento, Gestão e Desempenho Institucional e em 3º lugar na classificação geral, devido ao projeto "Eco Universidade – Plano Ambiental da UFLA". Esse prêmio

foi entregue em 26 de março, em Brasília (DF).

Neste mês, foi feito o anúncio de um amplo projeto da UFLA, que apoiará a cafeicultura em Minas Gerais: o [inventário quantitativo e qualitativo da cafeicultura do estado](#), que será feito pelo Lemaf.

#### Abril

Um dos destaques do mês foi a notícia de que a tese da doutora Maria Cristina Silva, defendida no Programa de Pós-Graduação em Agroquímica, foi a [vencedora do Prêmio Vale Capes de Ciência e Sustentabilidade](#).

Durante o mês, a [Direção Executiva da UFLA visitou as obras do Lavrastec](#), constatando ritmo acelerado já no início da construção.

Dicas de português: Palavras que causam dúvida

Dicas de português: Dicas e curiosidades da língua portuguesa (5)

Dicas de português: Dicas e curiosidades da língua portuguesa (4)

Dicas de português: Dicas e curiosidades da língua portuguesa (3)

Dicas de português: Dicas e curiosidades da língua portuguesa (2)

**Maio**

O [Programa Institucional de Bolsas \(PIB/UFLA\)](#) foi reformulado e ampliado, com todas as bolsas oferecidas na Universidade vinculadas às pró-reitorias. Metade das 1200 bolsas foi ofertada aos estudantes em situação de vulnerabilidade econômica, em um esforço de integração das pró-reitorias envolvidas.

A Universidade Federal de Lavras se destacou no [Ranking QS Latin América 2013](#), que a mencionou como uma das 100 melhores universidades da América Latina. Especificamente nas ciências agrárias e florestais, a UFLA foi classificada como uma das 150 melhores universidades do mundo, [também pelo Ranking QS](#).

**Junho**

O projeto Cria Lavras participou de uma competição internacional, o [Mundial de Atletismo Escolar, na República Tcheca](#). Os lavrenses garantiram cinco medalhas, sendo uma de ouro, duas de prata e duas de bronze.

**Julho**

Um dos assuntos mais comentados na UFLA, em 2013, foi a abertura dos cursos de Engenharia Civil, Engenharia Mecânica, Engenharia Química, Engenharia de Materiais e Medicina, no segundo semestre de 2014. [O anúncio do oferecimento desses cursos de graduação foi feito no dia 11 de julho](#), para a comunidade acadêmica e para a sociedade lavrense. A busca pela excelência nas diversas áreas do conhecimento foi destacada, durante a solenidade.

O esporte da Universidade mostrou sua força nos [Jogos Universitários Mineiros \(JUM's\)](#), disputado na segunda quinzena. Handebol e futsal masculinos foram campeões, ao mesmo tempo em que atletas da natação, atletismo e judô tiveram participação destacada.

**Agosto**

A UFLA avançou na avaliação de órgãos nacionais: passando por um [processo de reconhecimento institucional do Ministério da Educação \(MEC\)](#), obteve conceito máximo (5). A Educação a Distância da UFLA também chegou à maior nota.

No dia 29, as comemorações do aniversário de 105 anos da UFLA foram abertas, com a realização simultânea da primeira [Semana de Ciência, Cultura e Arte](#).

**Setembro**

Os primeiros dias deste mês foram de intensa programação cultural, com apresentações teatrais, exposições e II Feira do Livro e das Letras de Lavras. A UFLA trouxe três shows que certamente ficarão na memória de quem os assistiu: [Paralamas do Sucesso](#), [Gilberto Gil](#) e [Oswaldo Montenegro](#).

A UFLA recebeu, de 2 a 4, pesquisadores nacionais e internacionais, que integraram o [I Simpósio Internacional de Biodiversidade](#). A cada ano, um evento abordando um tema científico específico será realizado na UFLA, durante a Semana de Ciência, Cultura e Arte. A biodiversidade foi o tema escolhido devido à sua abrangência.

Ainda sobre o aniversário da Universidade, a [Assembleia Legislativa de Minas Gerais fez uma homenagem](#), em sessão especial.

O esporte foi um dos destaques do mês: a [ginástica aeróbica da UFLA foi bicampeã brasileira por equipes](#).

**Outubro**

Em outubro, a ginástica aeróbica voltou a brilhar, desta vez no [Pan-Americano da modalidade, disputado no Chile](#). A equipe da UFLA integrou a delegação brasileira, que conquistou o primeiro

lugar geral nas categorias infantil, infanto-juvenil e juvenil, além do segundo lugar na categoria adulto.

Durante a [VIII Semana do Livro e da Biblioteca da UFLA](#), foi lançado o projeto [Biblioteca Itinerante](#), sendo mostrado o seu ônibus-biblioteca móvel. O projeto tem como objetivos levar mais educação e cultura aos bairros periféricos de Lavras, incentivando o hábito e o prazer da leitura, com empréstimo de livros, exposições didático-científicas e atividades lúdicas e culturais. Durante o ano, o ônibus realizou visitas a diferentes bairros da cidade.

**Novembro**

Campeões nos JUM's, os times masculinos de handebol e futsal da UFLA [trouxeram o ouro e a prata, respectivamente, dos Jogos Universitários Brasileiros](#).

A Universidade ampliou os serviços de saúde oferecidos à comunidade acadêmica com a [instalação de um laboratório de análises clínicas no campus histórico](#). Servidores (inclusive aposentados, pensionistas e terceirizados), estudantes, dependentes e funcionários de instituições localizadas no campus podem realizar exames laboratoriais, a preços diferenciados. Além disso, estudantes enquadrados em situação de vulnerabilidade socioeconômica pela Praec poderão realizar exames sem custos, desde que devidamente aprovados.

Os servidores técnico-administrativos passaram a contar com um [novo programa de apoio à qualificação](#), que disponibilizará apoio financeiro mensal àqueles que estejam regularmente matriculados em curso pago (presenciais ou a distância, técnicos, de graduação, especialização e pós-graduação – *lato sensu* ou *stricto sensu*). Tais cursos devem possuir relação direta com o cargo e ambiente organizacional.

**Dezembro**

Em dezembro, o MEC divulgou o Índice Geral de Cursos (IGC), no qual a [UFLA conquistou a segunda colocação entre as universidades brasileira](#). Com o resultado, a UFLA se mantém no grupo de instituições de excelência, com conceito máximo; na avaliação anterior, a Instituição havia sido a terceira melhor universidade do País e primeira de Minas Gerais.

No âmbito da pós-graduação, a [Capes divulgou o resultado da avaliação dos programas nas universidades](#). A UFLA obteve avanços desde a última mensuração, aumentando o número de programas de pós-graduação de excelência.

Outro importante passo para o curso de Medicina foi dado: a [UFLA adquiriu o Hospital do Coração de Lavras](#), desativado em 2007. Após passar por reformas e melhorias em infraestrutura, o hospital oferecerá atendimento à população de Lavras e região, em parceria com outros hospitais da cidade, e dará suporte ao curso de Medicina.

A UFLA foi agraciada com o [destaque especial do prêmio Hugo Werneck de Ecologia](#). Na decisão, os jurados consideraram a importância dos projetos ambientais desenvolvidos na Universidade – tanto que dois deles haviam sido indicados em duas categorias diferentes do prêmio.

No dia 23 de dezembro, foram completados [50 anos de Federalização da ESAL](#). O empenho de professores, técnicos administrativos e estudantes da época para que a então Escola Superior de Agricultura de Lavras passasse a ser gerida pelo MEC foi determinante para a sua continuidade; portanto, esse empenho foi celebrado por meio de homenagens e exposições. A programação também contou com [lançamento de livros, atividades culturais e inaugurações](#). O encerramento da Semana de Federalização e do Circuito UFLA de Corridas de Rua foi feito na [corrida Running in the Night](#).

As realizações deste ano demonstraram o empenho da comunidade acadêmica em fortalecer a Universidade Federal de Lavras, tanto pela expansão de sua infraestrutura quanto pela realização de atividades acadêmicas que a consolidam no cenário nacional e internacional. Além disso, 2013 foi marcado pela celebração de importantes fatos históricos da Instituição, que se constituem como exemplos e inspiração para a atuação dos esalianos no presente e no futuro.

 Gosto  Tweetar  Share

Leia também:

.

Comentários não permitidos.

[voltar](#)

[SOBRE A ASCOM](#) [IMPrensa](#) [IDENTIDADE VISUAL](#) [EXPEDIENTE](#)

© 2014 ASCOM UFLA. Usando WordPress.

Câmpus Histórico da UFLA, Caixa Postal 3037

CEP 37200-000 Lavras - MG | Telefone: (35) 3829-1104 / 5272

[www.ascom.ufla.br](http://www.ascom.ufla.br) • [ascom@ascom.ufla.br](mailto:ascom@ascom.ufla.br)

## Figura 10. Texto publicado em

<http://www.ufla.br/ascom/index.php/2013/12/retrospectiva-ufla-2013/>. Acesso em 09 de fevereiro de 2014.

## Análise dos Textos VII, VIII, IX e X

Ao observar os textos 7, 8 e 9, doravante T7, T8 e T9 encontrados na página da Fan Page oficial da Universidade Federal de Lavras - UFLA, disponível no facebook, notamos em T7 uma publicidade do processo de avaliação seriada (PAS UFLA 2013) oferecido pela Universidade Federal de Lavras. Há nessa publicidade uma foto de uma pessoa figurativizando os grupos que deverão se inscrever para prestar o processo de avaliação seriada, ou seja, a foto de uma garota jovem que remete à ideia de pessoa que deseja cursar um curso superior, tendo acesso a esse curso através do processo de avaliação seriada. Em T8 a publicidade se faz por meio de montagem com foto antiga e foto atual da instituição e também pela informação apresentada do lado direito, na parte inferior da foto, com os dizeres “1963 – 2013 50 anos Federalização”. O uso da imagem da instituição (montagem fotográfica

com foto antiga e recente) e os dizeres acima citados repassam a ideia de uma universidade de tradição, que há tantos anos vem proporcionando o conhecimento. Em T9 a publicidade é apresentada com dizeres relacionados à universidade, como por exemplo “Vale a pena recordar os momentos mais marcantes do ano passado, na #UFLA:” e com foto ilustrativa retomando a ideia de acontecimentos passados na instituição. Podemos afirmar que há propaganda institucional nos três primeiros textos deste grupo, ou seja, T7, T8 e T9. E que T9, além de apresentar uma propaganda da instituição, serve de veículo publicitário para acesso a outro texto (T10) com mais informações sobre a universidade.

Assim como nos demais textos apresentados nesta dissertação, os textos desse último bloco, ou seja, T7, T8, T9 e T10, fazem uso de distribuição de informações para concretização de *marketing* relacionado à instituição. O *marketing* visto como o conjunto de técnicas de comercialização de produto - no caso o produto sendo considerado a instituição de ensino UFLA - visando à permanência desse produto no mercado, consolidação de sua imagem, bem como o aumento de sua visibilidade, sua sobrevivência e expansão, também está presente nos textos desse bloco. Assim, podemos afirmar que há *marketing* institucional em todos os textos apresentados neste bloco, inclusive em T10 que apresenta fatos e acontecimentos marcantes relacionados à instituição no ano 2013 a fim de enaltecer a universidade e dar destaque aos principais acontecimentos nos quais a instituição esteve envolvida.

A persuasão, assim como ocorre nos outros textos apresentados nesta pesquisa, também está presente em T7, T8, T9 e T10. O enunciador está interessado, nos textos apresentados neste bloco (T7, T8, T9 e T10) em convencer o enunciatário de que a UFLA é uma boa instituição, para isso faz uso de imagens figuratizando o grupo de pessoas interessadas em participar do vestibular divulgado (em T7), uso de fotografias atuais e antigas da instituição (em T8), uso de informações curtas e atraentes (em T7, T8 e T9), combinações de imagens atrativas relacionadas à instituição (em T7, T8, T9 e T10). É possível perceber nos textos o poder persuasivo a partir de combinação de cores, imagens, ilustrações, forma de apresentação, e ainda pela linguagem utilizada pelo enunciador. Nesses textos os recursos argumentativos são cuidadosamente escolhidos e aplicados apresentando, por conseguinte, a capacidade de persuadir o outro, o leitor/consumidor. Os textos apresentados nesse bloco (bem como os demais analisados em blocos anteriores, nesta dissertação) persuadem o leitor levando-o à aceitação de uma dada ideia. Também em T7, T8 e T9 a mensagem é organizada de certa forma que se constitui como sendo verdadeira para o enunciatário que a recebe.

A intergenericidade presente nos textos do primeiro e do segundo bloco também está presente nos textos deste terceiro bloco. Essa intergenericidade fica evidenciada em T7 e T8

(bem como acontece em T1, T2, T4 e T5) por esses textos serem informativos, estarem apresentado em forma de anúncio publicitário e serem considerados também como textos de capa de página do *facebook*. Em T9, assim como ocorre em T3 e T6, a intertextualidade entre os gêneros está marcada a partir do fato de que T9 pode ser considerado um texto informativo (prestando informações rápidas sobre a instituição UFLA e sobre a existência de outro texto contendo informações mais detalhadas acerca de retrospectiva com informações de fatos e acontecimentos marcantes que envolviam a instituição), pode ser entendido como um texto de divulgação (de outro texto, no caso T10, com informações minuciosas de retrospectiva envolvendo o nome da instituição UFLA), pode ser entendido como um anúncio publicitário e ainda visto como uma postagem em página do *facebook*. Em T10 a intergenericidade está presente pelo fato de o texto apresentar características de um texto jornalístico (com título, subtítulo, manchete, etc), apresentar fotos e imagens típicas de anúncios, ser considerado um texto informativo.

Para exemplificar e, dessa forma, reforçar a questão da intergenericidade presente nos textos analisados nesta dissertação e ainda dialogar com Koch (2003a) acerca dos hipertextos, retomaremos o enunciado de T9.



**Figura 9.** Texto publicado na Página Fan Page Oficial da Universidade Federal de Lavras – UFLA. Acesso em 09 de fevereiro de 2014.

Em T9, a intertextualidade entre os gêneros está evidente na medida em que ele pode ser considerado um texto informativo. Ele pode ser visto como um texto de divulgação, ser entendido como um anúncio publicitário e ainda ser considerado texto de capa de página do

*facebook*. Outro aspecto importante que aponta a intergenericidade do texto recortado é que T9 indica, a partir de link presente nele, outro suporte e ainda outro gênero diverso, a notícia (nomeada nesta pesquisa por T10).

O mesmo texto é visto enquanto hipertexto por apresentar as características listadas por Koch (2003a, p. 64): não-linearidade; volatilidade; espacialidade topográfica; fragmentariedade; multissemiótica; interatividade e descentração.

O simples fato de T9 apresentar linguagem verbal e não verbal já faz com que o enunciatário, logo no primeiro contato com o texto, faça uma leitura não linear (o leitor tem a oportunidade de iniciar a leitura a partir da imagem apresentada ou a partir de qualquer uma das linguagens verbais presentes, de acordo com sua preferência no momento da leitura).

A espacialidade topográfica em T9 fica bem evidenciada, por se tratar de um espaço de escritura/leitura não limitados, sem hierarquia e sem tópicos. Essa questão é bem marcada se consideramos alguns dos caracteres próprios do *facebook* que aparecem nesse texto, como os ícones de ‘curtir’, ‘comentar’ e ‘compartilhar’, nos quais o enunciatário poderá interagir de forma direta evidenciando a não linearidade do texto e sua falta de hierarquia; ou ainda se considerarmos o link apresentado ([www.ufla.br](http://www.ufla.br)) que dará acesso a uma página externa ao *facebook*, exemplificando a leitura onde não há tópicos.

Os mesmos elementos próprios do *facebook*, citados acima para evidenciar a não linearidade (ícones ‘curtir’, ‘comentar’ e ‘compartilhar’) podem mostrar ainda a fragmentariedade do texto, visto que T9 não possui um centro regulador imanente.

A multissemiótica no texto em questão (T9) fica marcada pela absorção de vários aportes sócio-sensoriais, como palavras, ícones, link de acesso a outro texto e montagem fotográfica apresentados numa mesma superfície de leitura.

Pelo fato de T9 supor relação contínua do leitor com vários autores praticamente em superposição em tempo real (considerando aqui a possibilidade de diversos leitores – que passam a ser autores – ‘modificarem’ o texto deixando um comentário, compartilhando-o ou curtindo-o) e também considerando que T9 é um texto polifônico (já que traz consigo ‘outras vozes’) e ainda intertextual (pois apresenta intertextualidade com outros textos presentes no próprio texto analisado ou ainda em outros textos de outras páginas – a exemplo disso considere o *link* que dá acesso a T10-) podemos afirmar que o texto em questão tem a característica da interatividade também listada por Koch (2003a).

Por fim, consideraremos a última característica listada por Koch (2003a) para que um texto possa ser considerado um hipertexto, a descentração. T9 por apresentar um deslocamento indefinido de tópicos, representados por trechos de linguagem verbal

apresentados acima da imagem e ao lado dela, representados também pela indicação do site para acesso a maiores informações, e ainda pela montagem fotográfica presente no texto e, por fim, contendo elementos próprios do *facebook* (ícones que informam o número de pessoas que curtiram a página e que estão falando sobre isso, ícone de ‘curtir’, ‘comentar’ e ‘compartilhar’), pode ser considerado um texto com descentração.

Tanto em T7, T8 quanto em T9, assim como em outros textos analisados nessa dissertação (T1, T2, T4 e T5), as informações são contruídas por meio do uso de linguagem verbal e não verbal, e, portanto, sincréticas. Em T7 aparecem frases curtas fazendo referência à inscrição no processo de avaliação e também uma foto grande com a imagem de uma jovem - foto representativa dos grupos que deverão se inscrever. Já em T8 e T9 a linguagem não verbal é evidenciada pelo uso da montagem fotográfica utilizada. A linguagem verbal, em T8, é apresentada através do logotipo da instituição e da propaganda feita utilizando “1963 – 2013 50 anos Federalização”. E em T9 a linguagem verbal está em trechos apresentados acima da imagem e ao lado dela. Apresentada com os dizeres “Feliz 2014! Vale a pena recordar os momentos mais marcantes do ano passado, na #UFLA” e também em “Retrospectiva UFLA 2013: reveja, mês a mês, os acontecimentos mais marcantes” e logo em seguida a indicação do site para acesso a maiores informações. Há ainda a utilização de linguagem verbal, tanto em T7, T8 quanto em T9, em sintagmas utilizados para se fazer referência à instituição que aparecem abaixo das fotos principais ([www.ufla.br](http://www.ufla.br); Ufla – Universidade Federal de Lavras) e ainda em elementos próprios do *facebook* (ícones que informam o número de pessoas que curtiram a página e que estão falando sobre isso, ícone de ‘curtir’ e ‘comentar’).

A imagem disposta no enunciado de T7 – mulher jovem, com semblante satisfeito/feliz - e as cores utilizadas em todo o texto – cores sóbrias - remetem à imagem de uma instituição séria, atenta às necessidades e vontades dos jovens, competente, que atende as expectativas e de boa qualidade. Já a imagem apresentada em T8, como dito acima, é uma montagem que mescla imagem antiga da universidade com imagem atual da mesma, a fim de passar a ideia de uma instituição de ensino que persiste ao tempo, que tem tradição. Em relação à imagem apresentada em T9, podemos notar que é uma montagem com fotos de artistas (músicos e cantores) que possivelmente tenham se apresentado na Semana de Ciência, Cultura e Arte da instituição, conforme dizeres que aparecem sobre a imagem.

Assim como nos demais textos analisados nesta pesquisa, o uso em T7, T8 e T9 de pouca linguagem verbal e, no caso de T7, o uso de frases curtas, indicando rapidamente o assunto, as datas de inscrição, isenção da taxa de inscrição, provas, demonstra, na totalidade enunciada nos textos, o ator da enunciação como um sujeito impaciente, que busca

informações rápidas, que não quer paradas demoradas para a leitura. Em T9 essa questão do ator da enunciação como um sujeito impaciente, que busca uma leitura rápida fica também evidenciado pelo fato de ao se clicar na imagem e título “Retrospectiva UFLA 2013: reveja, mês a mês, os acontecimentos mais marcantes” o leitor é direcionado a outro site (onde é encontrado T10) que contém maiores informações sobre o assunto (no caso, a retrospectiva 2013). Assim sendo, podemos dizer que a linguagem tanto em T7, T8 quanto em T9 (assim como ocorre em T1, T2, T4 e T5) apresenta um estilo mais rápido (mais rápido do que outros textos, comumente encontrados de forma impressa ou mesmo na internet, em *sites* ou até mesmo em outras páginas do *facebook*).

Já T10, conforme se vê, é um texto mais voltado para o âmbito da notícia, um texto longo com várias informações. T10, diferentemente dos outros textos apresentados nesta dissertação (T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8 e T9), não é encontrado em páginas do *facebook*. T10 foi publicado em site específico da instituição de ensino UFLA. O que se vê em página do *facebook* é outro texto (no caso T9) que dá link de acesso à T10. T10 tem, portanto, um estilo mais demorado, não tão célere quanto os outros recortados e analisados nesta dissertação. T10 é um texto noticioso que se desenvolve no âmbito da extensidade, ou seja, da extensão temporal. Ele é mais longo, contém mais dados, se detém na explanação da informação, de modo diferente da página do *facebook* que apenas indica e aponta para esse outro suporte e gênero diverso, a notícia. Isso reflete, também a própria intergenericidade da página do *facebook*. A leitura de T10 se desenvolve de uma maneira bem mais ‘lenta’ que os demais textos recortados e analisados nesta dissertação. Nele as informações são apresentadas de forma detalhada, minuciosa, mostrando os acontecimentos mais expressivos ocorridos mês a mês do ano ao qual faz referência (2013). Importante registrar também o fato de T10 trazer em sua composição fotografias que ilustram as notícias prestadas. Essas fotos contribuem para a leitura ‘lenta’ e o detalhamento de cada notícia, além de servirem também para transmitir a ideia de que os fatos e as notícias às quais se referem são verídicos. Outro fator que contribui para a extensão temporal contida em T10 é o grande número de *links* apresentados em todo o texto e que dão acesso a outras notícias, a dicas de Português, a redes sociais, enfim dão acesso a outros textos disponibilizados em outras páginas da *web*.

No trecho “para você que sabe o que quer”, em T7, pode-se afirmar que há uma enunciação enunciada, em que o enunciador se dirige ao enunciatário sugestionando que esse enunciatário (leitor) sabe o que quer e que, portanto, deve se inscrever no processo de avaliação seriada. Assim, podemos afirmar que é possível perceber em T7 e também em T8 através da montagem fotográfica apresentada e através dos dizeres “1963 – 2013 50 anos -



Federalização”, assim como em enunciados dos outros textos analisados nesta dissertação de mestrado (T1, T2, T4 e T5) o uso da modalização deôntica (a modalização do dever fazer) que leve o enunciatário a seguir a programação proposta pelo texto, ou seja, da ação de se inscrever no processo de avaliação seriada proposto (T7) ou tentar fazer parte daquela instituição tão tradicional. Em T7, no trecho “para você que sabe o que quer”, o enunciado constrói uma manipulação para que o enunciatário, tendo sido persuadido e realizado a adesão ao objeto queira participar do processo de avaliação seriada e queira pertencer àquela instituição educacional. Em T8 a manipulação é construída através da imagem apresentada (foto antiga e recente da instituição) e através do enunciado “1963 – 2013 50 anos Federalização”.

Nos textos (T7 e T8), abaixo, à esquerda tem-se um pequeno quadro com logotipo da instituição, o que ocorre também em outros textos recortados para análise nesta dissertação. E em T7 e T8 ainda se vê, no mesmo quadro à esquerda, abaixo da imagem principal, o endereço eletrônico da universidade, o que dá legitimidade à instituição e configura a autoridade da página *fan page* oficial da Universidade Federal de Lavras – UFLA. Logo ao lado desses quadros, aparecem a sigla da universidade (UFLA) e em seguida o detalhamento de tal sigla, enunciados que também legitimam a página mencionada. Em T9 o endereço eletrônico da instituição também está presente com a mesma intensão de T7 e T8, ou seja, dar legitimidade à instituição e à postagem.

Como nos demais textos analisados nesta pesquisa, na parte inferior de T7 e T8 aparecem sintagmas que constituem caracteres da estrutura composicional do *facebook* mostrando quantas pessoas curtiram e quantas pessoas falam sobre isso no momento. Já à direita da página, abaixo da foto principal aparecem ícones escritos “curtir” e “mensagem”, nos quais os usuários da rede poderão clicar e assim curtir a página e/ou deixar uma mensagem. T9 tem características estruturais um pouco diferentes de T7 e T8, mas também apresenta caracteres da estrutura composicional do *facebook* que mostram quantas pessoas curtiram, quantas compartilharam e ainda ícones nos quais o leitor pode também clicar e, assim, curtir, comentar ou compartilhar o texto.

Analisando T7, T8 e T9 como um todo, podemos pressupor um enunciatário (leitor) que busca informações rápidas (como nos outros textos que foram recortados de páginas do *facebook* e apresentados para análise nesta dissertação de mestrado). Tal enunciatário poderá interagir no *aqui* e no *agora*, também rapidamente, clicando no local onde há a enunciação “curtir”, ou postando uma mensagem na página (no local destinado a isso); ou, no caso de T9, compartilhando o texto; ou ainda, se dirigindo, no caso de T7, ao site proposto para a

inscrição no processo de avaliação seriada ([www.ufla.br/pas](http://www.ufla.br/pas)) e se inscrevendo em tal processo. As interações presentes em T7, T8 e T9 são assimétricas, já que o enunciador posta o enunciado em certo momento e esse enunciado fica exposto para que, posteriormente, um (ou mais) enunciatário interaja curtindo-o, comentando-o ou até mesmo compartilhando-o, no caso de T9.

Em relação à totalidade do enunciado, ou seja, em relação à unidade do texto recortado, pode-se pressupor em T7, T8 e T9 o *éthos* de um enunciador com credibilidade, no qual a autoridade é evidenciada pelo logotipo da UFLA (Universidade Federal de Lavras), que tem como objetivo prestar informações sobre de algo – no caso de T7, sobre o processo de avaliação seriada (PAS) oferecido; no caso de T7 e T8 sobre o número exato de pessoas que curtiram e sobre o número exato de pessoas que falaram sobre o assunto, e no caso somente de T8, sobre a ‘idade’, sobre a tradição da universidade; no caso de T9 sobre o número de pessoas que curtiram e compartilharam as informações prestadas pelo texto. Ainda em relação à T8 e à questão da pressuposição de um *éthos* de um enunciador com credibilidade, vale evidenciar que esse texto apresentando sintagmas relacionados aos 50 anos de federalização da universidade, dá força ao efeito de sentido de credibilidade/autoridade a instituição.

Cabe-nos ainda tecer algumas considerações acerca do *pathos* presente em T7, T8 e T9. Em T7 temos *pathos* de um enunciatário jovem, atento aos estudos, interessado em aprimorar seus conhecimentos e que busca se qualificar bem para o mercado de trabalho; em T8 temos um *pathos* de um enunciatário que busca conhecimento aliado à tradição; e em T9 *pathos* de um enunciatário que busca aprimorar seus conhecimentos buscando novas informações.

Os tópicos discursivos, assim como nos demais textos analisados nesta dissertação, estão presentes também em T7, T8 e T9. Em T7 e T8, bem como nos demais textos analisados nesta dissertação e que são considerados ‘fotos de capa’ de páginas do *facebook* (ou seja, T1, T2, T4 e T5) os interlocutores mantêm o foco em um assunto principal. Esse assunto principal, também conhecido como supertópico, é, no caso de T7, o processo de avaliação seriada da UFLA e, no caso de T8, é a comemoração de 50 anos de federalização da universidade). Nesses dois textos os subtópicos existentes são vários: as imagens podem ser consideradas subtópicos; as demais informações sobre o vestibular seriado, no caso de T7 também podem ser vistas como subtópicos; os ícones de ‘curtir’ e mensagens’, existentes tanto em T7 quanto em T8, podem ser tidas como subtpópicos, etc. Em T9 o supertópico é a retrospectiva UFLA 2013 e os subtópicos são também os textos imagéticos, os links de acesso a outros textos e outras informações, ícones de ‘curtir’, ‘comentar’ e ‘compartilhar’, etc.

Em T7, T8 e T9 verificamos também o princípio da cooperação. As quatro máximas apresentadas por esse princípio estão presentes nesses textos. Percebemos a máxima da quantidade, já que nesses textos o enunciado se constitui apenas daquilo que realmente é necessário; notamos a máxima da qualidade, uma vez que o enunciatário posta apenas aquilo que ele julga ser verdade; evidenciamos a máxima da relação, pois o enunciatário enuncia somente aquilo é relevante; e ainda percebemos a máxima de modo, pois o enunciador de cada texto deste bloco apresenta enunciado claro e conciso.

Se atentarmos às análises que serão apresentadas no capítulo III desta dissertação é possível perceber essa questão da persuasão presente nos textos (em todos os textos apresentados nesta pesquisa). Nas análises fica evidenciada a persuasão apresentada a partir da combinação de cores, imagens e linguagem verbal. Portanto, podemos afirmar que na internet a persuasão acontece a todo o momento, os *sites* estão oferecendo alguma coisa aos usuários a todo o tempo e observando os dados do *corpus* desta pesquisa podemos confirmar isso. Nos textos apresentados, sejam eles textos de capa de páginas do *facebook* (T1, T2, T4, T5, T7 e T8), ou outros textos recortados das páginas do *facebook* (T3, T6, e T9) ou ainda texto relacionado à instituição mencionada em página do *facebook*, mas apresentado em outro site de endereço independente ao *facebook* (que é o caso de T10), há sempre a oferta de algo – no caso dos textos apresentados nesta pesquisa, algo sempre relacionado às instituições de ensino -, confirmando a persuasão existente na internet.

Finalizando este capítulo, vale tecer algumas informações específicas de T10. Esse texto foi inserido nesta pesquisa a fim de podermos evidenciar nossa hipótese de que os enunciados presentes no *facebook* remeteriam a uma leitura célere. Conforme citado e mostrado acima, todos os textos apresentados aqui, com exceção de T10, apresentam um estilo célere, com informações apresentadas em frases curtas e linguagem verbal e não verbal para divulgar o pretendido de maneira rápida. Em todos os textos, exceto T10, podemos pressupor um enunciatário (leitor) que busca informações rápidas e não deseja paradas demoradas para leitura. Já T10, nos leva a acreditar em um leitor que busca informações mais detalhadas, mais demoradas, visto o tamanho e os pormenores apresentados no decorrer do texto. Além da questão relacionada à leitura célere de textos do *facebook* e leitura mais demorada presente em T10, percebemos ainda outras características em T10 que o diferem dos demais textos recortados e analisados nesta dissertação de mestrado, como por exemplo: T10 não apresenta efeitos de oralidade e marcas de alternância de turnos conversacionais de forma evidente. Percebemos também características comuns à T10 e os demais textos analisados tais como configurações do *éthos* e do *páthos*, efeitos de marketing e publicidade,

marcas de intergenericidade, uso de linguagem verbal e não verbal acompanhadas de cromatismo e ainda a presença de tópicos discursivos diversos.

## Cap. IV

### O ESTILO DAS PÁGINAS INSTITUCIONAIS NO *FACEBOOK*

Antes de tudo é importante dizer que cada obra, cada texto tem uma estrutura particular, mesmo que esta estrutura se inscreva num conjunto mais amplo. Assim, a fim de conceituar e definir o que é estilo devemos concebê-lo com efeito de sentido, produzido *no e pelo* discurso, reconhecido pelo fazer interpretativo de um enunciatário, cúmplice de um sujeito da enunciação, para que, juntos, construam um efeito de individuação, é proposto inicialmente que venha, da recorrência formal das relações na construção do significado, o resultado da própria individuação. Porém também é proposto refletir acerca de estilo, como construção de um sujeito por uma totalidade de discursos.

Discini (2004, p. 26-27) considera:

O estilo deverá ser tratado, então, como fenômeno do conteúdo mais a expressão, não podendo restringir-se a fenômenos da textualização. O fato de estilo deverá, em princípio, ser considerado uma unidade formal do discurso, que se depreende pela comparação de vários textos de uma mesma totalidade de discursos. Desse fato de estilo deverá despontar um eixo sintático-semântico comum, que se deve apresentar em todos os níveis do percurso gerativo do sentido. Falando em conteúdo e expressão, bem como na relação de pressuposição mútua entre eles, não mais deverá interessar a manifestação textual em si mesma, nem tampouco amostras de sintagmas expressivos, colhidos aqui, lá e acolá, num e noutro texto, como particularidades idiossincráticas, átomos considerados determinantes de um estilo. Não mais deverá interessar a psicologia de um escritor, para entender um estilo, mas as astúcias de uma enunciação que monta um simulacro e, por meio da expressão escolhida, constrói uma voz própria, com um tom definido, que, por sua vez, implica um modo de habitar o espaço social.

Para Discini (2004), pensar sobre estilo sob o âmbito de um sujeito que é construção do discurso, ou efeito de sujeito que, apreensível de uma totalidade de discursos enunciados, manifesta-se como recorrência de traços de conteúdo e expressão do enunciado dessa totalidade traz consequências. Quando não se circunscreve ao dito (visto como o raso da expressão textual), quando é reconstruído quem diz pelo modo de dizer o que diz, o olhar do analista, instrumentalizado pelo percurso gerativo do sentido, reformulará o sentido imanente da totalidade, dando a ela confirmação como *nemo/totus/unus*. Essa confirmação faculta a observação da totalidade numérica, pois a unidade recortada, unidade integral, pressupõe a totalidade integral e a unidade partitiva. Dessa forma, o analista terá a totalidade integral, quando tiver sob seu olhar a unidade integral, já que por elas perpassa a unidade partitiva, que é o sentido potencial e homogeneizador da totalidade.

Assim, Discini (2004, p. 332) disserta:

Temos como instrumento o percurso gerativo do sentido, dado pela semiótica greimasiana, para garimpar o sentido na sua imanência. Por isso, longe de nos afastar da História, nós a reconstruímos, ao reconstruir o caráter, pressuposto de um corpo e de uma voz de uma totalidade. Ora, separar o bem do Mal para construir axiologias, para orientar o valor dado aos valores, para definir crenças, para subsidiar deveres, querereres, poderes e saberes do sujeito, que se constitui pela busca do objeto, não é arquitetar a cultura? Não é pactuar com as astúcias de uma enunciação, que se mantém única na totalidade de discursos enunciados, sob a imagem-fim, que é o simulacro da voz tida como ideal? .

Para a autora (2004, p. 332), é através da reconstrução do conteúdo ou daquilo que é imanente em uma totalidade de discursos que o analista de estilo recupera o que transcende do próprio estilo, à medida que traz de volta a instância enunciativa como práxis, como lugar de convocação da própria História, considerada não como sequência de fatos relatados, mas como moralização, apreciação e interpretação dos próprios fatos; uma práxis que representa a resposta de uma comunidade e de um “indivíduo” a formações ideológicas, as quais passam a ser discursivizadas de modo próprio por uma totalidade, a fim de que se construa uma maneira própria de presença no mundo, ou seja, um estilo.

Identificar o ator da enunciação de uma totalidade de discursos, como decorrência do efeito de individualidade, firmado no *continuum* da construção do sentido é observar (a partir do enunciado) as recorrências de procedimentos na construção do discurso, ou a maneira recorrente de fazer uso de figuras e temas, cujos núcleos e variações formam a configuração interdiscursiva de uma totalidade; é relacionar temas e figuras ao sistema profundo de atrações e repulsões em relação a valores.

Conforme Discini (2004, p. 332):

[...]é, pelo princípio da imanência e do empirismo, rastrear as possibilidades de reconstrução da “singularidade” do *eu* pressuposto, por meio e a partir das constâncias do dito, de maneira que, em vez de impedir a transcendência, a imanência inevitavelmente nos encaminha para ela e, aliada ao empirismo, possibilita o rigor das análises, aumentando a integridade do próprio estilo.

Contudo, se reconstruir um estilo é entendê-lo não só como fato formal, mas também como sendo da ordem do acontecimento e, ainda, lembrando que acontecimento supõe tempo, espaço e pessoa, é possível constatar que estilo é uma questão de ator, ou que *o estilo é o homem* (entendido este como simulacro discursivo). (DISCINI, 2004, p. 332).

Na semiótica, o termo *ator*, considerando-o a partir da personagem, supõe determinadas características que devem ser consideradas para que se possam rematar conclusões sobre o estilo. De acordo com Discini (2004, p. 332-333) tais características são:

Primeiramente, pensando no ator do enunciado, obtido por um movimento de aparente expulsão do *eu* pressuposto para o *não-eu*, lembramos que tal ator somente será entendido, se for reconstruído na sua relação com a instância a que remete diretamente, a instância da enunciação. Depois, lembramos que, antes da semantização discursiva, que lhe confirmam papéis temáticos, o ator do enunciado, ao se definir como sujeito pela busca do objeto, é investido de papéis dados pela posição ocupada na sintaxe narrativa, o que, em se tratando de totalidade, fundamenta a regularidade de um dito. A recorrência de papéis temáticos do ator da enunciação apoia-se, portanto, na invariabilidade de papéis actanciais que, por sua vez, reproduz um algoritmo narrativo, subjacente ao enunciado de uma totalidade. A recorrência do dito remete à previsibilidade do dizer, fundante de um estilo. Para tanto, certamente nos orienta a possibilidade comprovada de apreensão de um único enunciado, bem como de uma única enunciação, inerentes a uma totalidade de discursos enunciados.

A autora afirma que (2004, p. 333) a enunciação para se manter implícita e, portanto, pressuposta ao enunciado, desdobra-se de forma hierárquica em dois níveis, sendo o primeiro aquele que tem como actantes, enunciador e enunciatário, e o segundo, aquele que traz a voz diretamente delegada destes, os chamados narrador e narratário.

Existe muito o que buscar na construção do efeito de sujeito, a fim de se identificar a configuração de uma maneira própria de ser do ator da enunciação de uma totalidade, no que se refere à relação entre enunciador pressuposto e narrador delegado, este último, a instância não-explicitamente instalada no enunciado, mas sendo parte da totalidade enquanto caráter, já que é responsável pelo conjunto de avaliações ou moralizações realizadas. Ao reconstruir a maneira própria de moralizar o enunciado, tem-se uma remissão ao *ethos*, (considerado o sustentáculo do estilo), através do qual o ator da enunciação se manifesta, com um caráter, que pressupõe um corpo e uma voz. (DISCINI, 2004, p. 334)

A fim de estudar, entender e definir o estilo, existe também muito o que buscar na consideração do ator de uma totalidade, enquanto sujeito competente para fazer e sancionado por fazer, assim como na consideração do sujeito que tem relação à competência para simplesmente ser de um modo determinado, o que supõe competência não somente para transformações, ou advindas de transformações operadas; um sujeito definido, por exemplo, pela natureza da junção com o objeto. (DISCINI, 2004, p. 334).

O estilo é controlado pela instância da enunciação e aparece nas formas discursivas e nas formas textuais. Portanto, define-se estilo como um conjunto geral de características

recorrentes do plano do conteúdo (formas discursivas) e do plano da expressão (formas textuais), que produzem um efeito de sentido de identidade, configurando um *éthos* discursivo, isto é, uma imagem do enunciador.

Discini (2004,p. 31) define que “estilo é recorrência de traços de conteúdo e de expressão, que produz um efeito de sentido de individualidade”, e a mesma autora diz ainda (2004, p. 07):

O estilo é um conjunto de características da expressão e do conteúdo que criam um *ethos*. Para reconhecer um estilo, o olhar analítico identificará a recorrência do que é dito, circunscrita a um fato formal, que supõe a constância de uma estrutura. A partir do que é dito, o analista reconstruirá o sujeito do dizer por meio do exame de estratégias discursivas, que se fundam em um modo próprio de ser e de sofrer emoções e paixões vistas também como efeito de sentido do próprio discurso. A análise do estilo observará então, para aquém da expressão textual, mecanismos de construção do sentido, os quais acabam por dar indicações de quem é o próprio sujeito pressuposto; esse sujeito, ao mesmo tempo único e duplo, O estilo são dois homens.

Os textos analisados nesta dissertação têm algumas características comuns entre eles e vale listá-las.

Todos fazem uso de linguagem verbal e não verbal, apresentam sincretismo em sua composição valendo-se assim do uso de combinações de cores e imagens. Todos exaltam algo, seja por meio de marketing, publicidade ou propaganda, seja por meio das imagens e fotografias apresentadas e/ou seja por meio da linguagem utilizada.

Todos (exceto T10) fazem uso de frases curtas, indicando na totalidade anunciada no texto, o ator da enunciação como aquele que quer informações rápidas.

É possível perceber em enunciados apresentados nos textos o uso da modalização do dever fazer (modalização deôntica), de forma que leve o enunciatário a seguir a programação proposta pelo texto da ação, o enunciado constrói uma manipulação para que o enunciatário, tendo sido persuadido, realize a adesão ao objeto de valor (graduação, vestibular, fan page, etc).

Muitos dos textos apresentados (consideremos aqui especialmente os textos considerados textos de capa de páginas do *facebook*.) têm abaixo, à esquerda um pequeno quadro no qual se vê escrito o nome correspondente a cada instituição, e ao lado direito desse quadro se vê escrito novamente o nome de cada instituição, o que a legitima e o que configura a autoridade da página institucional.

Na parte inferior dos textos de capa e outros textos (considere para esta informação T3, T6 e T9, definidos como *posts* ou postagens em páginas do *facebook*) aparecem caracteres



da estrutura composicional do *facebook* - elementos mencionando quantas pessoas curtiram e quantas pessoas falam sobre isso no momento e ainda ícones escritos “curtir”, “mensagem” e “compartilhar”.

Cabe lembrar, conforme dito no capítulo I, que o enunciador é o autor implícito no texto e enunciatário é o leitor implícito. *Éthos* é o nome dado à imagem do enunciador e *páthos* à imagem do enunciatário construída pelo texto.

Todos os textos apresentados, exceto T10, presumem um enunciatário que busca informações rápidas, e que poderá interagir no *aqui* e no *agora* clicando no local onde há a enunciação “curtir”, ou postando uma mensagem na página, ou ainda compartilhando a informação apresentada, no caso de T3, T6 e T9.

Em diversos textos apresentados nesta dissertação pode-se pressupor o *éthos* de um enunciador com credibilidade, cuja autoridade é evidenciada pelo logotipo das instituições de ensino; é o que ocorre em todos, exceto T10.

Nos textos recortados das páginas do *facebook* e analisados nesta pesquisa, com exceção de T10, temos um *pathos*, que é um enunciatário que conhece redes sociais, conhece o *facebook*, seus caracteres, um enunciatário atento às novas mídias e às novas tecnologias. Em alguns textos, que é o caso dos textos T1, T2, T4, T5, T7 e T8, temos um enunciatário que busca informações acerca de estudos e que tem interesse em se capacitar, informar e instrumentalizar para o mercado de trabalho.

Conforme visto no capítulo II, em todos os textos analisados nesta dissertação de mestrado há fortemente marcada a presença de marketing e persuasão. Nos textos em questão a argumentação foi organizada e trabalhada de forma a levar o enunciatário, leitor do texto, a acreditar na mensagem como sendo verdadeira, única e absoluta.

Há *marketing* em todos os textos apresentados nesta dissertação, em alguns textos de forma mais direta e evidente, que é o caso de T1, T2, T3, T4, T5, T7, T8 e T9, e em outros de forma mais indireta ou disfarçada, que é o caso de T6 e T10.

A persuasão é outro fator bem marcado nos textos estudados aqui. Em todos os textos, sem exceção, há presença de persuasão. Na maioria dos textos a persuasão se faz presente a partir de um enunciador que está interessado em convencer o enunciatário de que a instituição educacional ao qual se refere é uma boa instituição, para isso faz uso de imagens figuratizando o grupo de pessoas interessadas em participar do processo seletivo divulgado (no caso de T1, T3, T4 e T5), uso de fotografias atuais e antigas da instituição (no caso de T8), uso de informações curtas e atraentes sobre a instituição a qual se refere (em todos os textos exceto T6 e T10), combinações de imagens atrativas relacionadas à instituição (em

todos os textos apresentados exceto T6). A persuasão em T6, conforme já citado em outro momento nesta pesquisa (no capítulo II, segundo bloco de textos para análise), se mostra a partir de um enunciador que está interessado em convencer o enunciatário de que a cidade a qual o texto se refere, cidade Santa Luzia, boa cidade para se conhecer, visitar e desfrutar de seu turismo. A poder persuasivo presente nos textos analisados se dá a partir de combinação de cores, imagens, ilustrações, forma de apresentação, e ainda pela linguagem utilizada pelo enunciador.

A intergenericidade é outro aspecto presente nos textos analisados nesta dissertação. Todos os textos se apresentam como textos informativos; todos podem ser considerados textos de divulgação (divulgação da instituição, no caso de T1, T2, T3, T4, T5, T7, T8, T9 e T10; e divulgação de determinado local no caso de T6); todos apresentam características de anúncios publicitários (inclusive T10, no qual a característica desse tipo de anúncio se faz a partir da combinação e tipos de imagens apresentadas); alguns ainda são reconhecidos como textos de capa de página do *facebook* (T1, T2, T4, T5, T7 e T8) e há aqueles vistos como postagens do *facebook* (T3, T6 e T9). A intergenericidade é marcada também pela presença de diálogo entre gêneros discursivos diversos dados nas páginas cujos textos foram recortados.

Em relação ao ator da enunciação podemos afirmar que em todos os textos apresentados, exceto em T10, o ator da enunciação é visto como um sujeito impaciente, que busca informações rápidas, que não quer paradas demoradas para a leitura. Dessa forma, a linguagem apresentada nos textos analisados, com exceção de T10, tem um estilo mais célere (mais rápido do que outros textos, comumente encontrados de forma impressa ou mesmo na internet, em *sites* ou até mesmo em outras páginas do *facebook*). Já T10, diferentemente dos outros textos apresentados e analisados nesta dissertação, tem o ator da enunciação apresentado como um sujeito mais paciente e com disposição para paradas para leitura, disposto a leitura detalhada e disposto a aprofundar seus conhecimentos acerca de algo. T10, diferente dos demais textos estudados nesta pesquisa, é encontrado diretamente em páginas do *facebook*. O acesso a ele pode ser feito por página do *facebook*, através de *link* de acesso presente em T6, mas ele não está propriamente publicado em página do *facebook*.

A possibilidade de interação está presente em todos os textos apresentados (considerando que ao ler o texto, o enunciatário já está interagindo com ele). Essa interação fica mais evidente quando o enunciatário passa a ter a possibilidade de interagir, de forma rápida, no *aqui* e no *agora*, clicando no local onde há a enunciação “curtir”, ou postando uma mensagem na página (no local destinado a isso); ou, no caso de T3, T6 e T9, compartilhando

o texto; ou ainda, se dirigindo, no caso de T3 ao site mencionado (<http://www.concursopublico.cefetmg.br/TA/apresentação.html>) para inscrição no concurso público em questão e, no caso de T7, se dirigindo ao site a para a inscrição no processo de avaliação seriada divulgado ([www.ufla.br/pas](http://www.ufla.br/pas)) e se inscrevendo em tal processo. Importante destacar que as interações observadas nos textos são assimétricas, já que o enunciador posta a mensagem e só posteriormente o enunciatário interage curtindo, compartilhando ou comentando o assunto postado. Vale ressaltar ainda que em alguns textos como T3 e T6 a assimetria da interação fica evidente nas datas e nos horários registrados como momentos da postagem (momentos em que a enunciação foi postada).

Em relação à totalidade do enunciado, ou seja, em relação à unidade do texto recortado, pode-se pressupor nos textos estudados, o *éthos* de um enunciador com credibilidade, no qual a autoridade é evidenciada pelo logotipo da instituição que tem como objetivo prestar informações sobre de algo.

Dissertando sobre o fato de que a conversação se organiza em turnos podemos afirmar que dos textos analisados nesta dissertação, os que evidenciam de forma bem clara os turnos dos participantes da conversação são T3 e T6. Neles os turnos são marcados a partir dos comentários dos participantes, que se apresentam de forma linear, na vertical e trazem registrados a data e o horário exatos em que a enunciação foi feita.

Sobre as estratégias conversacionais apresentadas por Koch (2003) e citadas no capítulo I desta dissertação, podemos afirmar que está presente apenas em T3. Pois nesse texto, conforme visto nas análises feitas no capítulo II, quando o enunciador percebe que o enunciatário compreenderá com facilidade o que se pretende comunicar, a continuação da enunciação escrita pelo enunciador não é mais necessária, portanto não é concluída.

Em alguns textos analisados nesta dissertação, considere aqui T3 e T6, é possível perceber mescla de características de textos falados e textos escritos. Considerando a hipótese de Barros (2000), que define a existência de uma dificuldade de separação bem estanque entre fala e escrita, pudemos notar que T3 e T6 são exemplos de textos que estão em posição intermediária entre fala e escrita.

Acerca dos tópicos discursivos, vale evidenciar que eles estão presentes em todos textos recortados e analisados, incluindo T10 (aliás, em T10, tem-se abundância dos tópicos discursivos). Em todos os textos enunciador e enunciatário têm a atenção voltada para um tópico discursivo principal, mas têm a possibilidade de “passearem” por outros subtópicos presentes nos textos.

O princípio da cooperação, conforme já citado em capítulos anteriores, apresenta quatro máximas e podemos afirmar que as quatro estão presentes nos textos analisados (exceto T10). Notamos nos textos a máxima da quantidade, máxima da qualidade, a máxima da relação e também a máxima de modo.

Por fim, vale destacar o fato de T10 ter sido inserido nesta pesquisa a fim de evidenciar nossa hipótese de pesquisa relacionada à leitura célere nos textos presentes no facebook. Conforme citado e mostrado no capítulo II desta dissertação, todos os textos apresentados aqui, com exceção de T10, apresentam um estilo célere, com informações apresentadas em frases curtas, linguagem verbal e não verbal utilizadas e combinadas a fim de divulgar o pretendido de forma rápida. T 10 não apresenta as quatro máximas propostas por Grice, ou seja, a máxima da quantidade, onde o enunciador diz apenas o necessário; máxima da qualidade, em que o enunciador diz o que julga ser verdade; a máxima da relação, na qual o enunciador diz apenas o que é relevante e a máxima de modo, onde o enunciado é proferido de forma bem concisa. T10, nos leva a crer na existência de um enunciatário que busca informações mais detalhadas, mais demoradas, visto o tamanho e os pormenores apresentados no decorrer do texto.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação de mestrado buscou evidenciar certas características do gênero página do *facebook*, uma vez que esse tipo de gênero está frequentemente presente no cotidiano das pessoas.

Como citado em diversos momentos desta pesquisa, o advento da internet trouxe mudanças significativas para a comunicação. Portanto, para uma análise de textos recortados do *facebook* foi necessário considerar as práticas sociais contemporâneas de comunicação. Considerando-se tais práticas, a língua, tanto na modalidade falada, como na modalidade escrita, deve ser entendida como um fenômeno heterogêneo, variável, histórico e social e que se manifesta em situações de uso concreto.

Com os estudos feitos nesta dissertação de mestrado fica evidente que marcas de estilo estão presentes também em textos encontrados nas novas mídias digitais – considerando-se aqui especificamente o *facebook*. Efeitos de oralidade, marcas de interação, assim com as configurações do *éthos* e do *páthos*, efeitos de marketing e publicidade, marcas de intergenericidade, utilização de linguagem verbal e visual acompanhadas de cromatismo, marcas de alternância de turnos conversacionais, assimetria, presença de tópicos discursivos, evidências de marcas conversacionais inerentes às páginas institucionais são algumas das características visíveis nos textos analisados e que, na totalidade, constituem o estilo desses textos.

A partir das análises feitas foi possível perceber que a interação que acontece nos encontros virtuais são fundamentados na escrita e, tal escrita, muitas vezes, apresenta caráter informal, com características de texto falado, com monitoramento menor devido a sua característica espaço-temporal.

Analisando textos de páginas institucionais do *facebook* de temática educacional notamos forte presença de características do gênero anúncio publicitário. Nas páginas em questão comumente a publicidade é feita por meio de texto escrito e uso de imagens com a finalidade de estimular e seduzir o interlocutor persuadindo-o e fazendo com que ele efetue determinada ação. Como vimos a linguagem publicitária, geralmente apresenta manipulação. Ela utiliza recursos estilísticos da linguagem do cotidiano para manipular o leitor, para tentar impor algo (um nome, ideia, marca ou produto). Vimos também que os recursos estilísticos também são muito usados na linguagem publicitária. E que os recursos estilísticos que a mensagem publicitária adota correspondem, geralmente, à retórica. Vale lembrar que usar a

retórica é fazer uso da comunicação com o objetivo de definir a realidade do modo como se deseja que ela seja vista. Nos textos analisados nesta pesquisa a retórica é organizada e apresentada de tal forma que leva o enunciatário a acreditar na ideia transmitida como sendo uma verdade certa e absoluta. A persuasão é muito evidente nos textos analisados. Neles, assim como acontece em outros textos, sejam eles falados, escritos, apresentados de forma impressa ou virtual, a retórica é organizada de forma a levar o leitor, enunciatário do texto, a acreditar em algo como sendo verdade certa e absoluta, inquestionável.

A presente pesquisa é, sem dúvida, de grande importância para a sociedade atual, visto que pode contribuir com estudos acerca da Língua Portuguesa, especialmente no que tange os gêneros textuais emergentes na mídia virtual. Como vimos no capítulo III, Marcuschi (2008, p. 200) diz que a relevância de se tratar dos gêneros textuais emergentes na mídia virtual está em pelo menos quatro aspectos que são: esses tipos de gêneros estão em grande desenvolvimento e tendo seu uso cada vez mais generalizado; eles apresentam particularidades formais próprias; eles oferecem a possibilidade de se rever alguns conceitos tradicionais a respeito da textualidade; e ainda, eles alteram nossa relação com a oralidade e a escrita.

Como todos os gêneros, a página do *facebook* possui suas marcas e características próprias que são “relativamente” estáveis e inscritas em um dado contexto sócio-histórico. O contexto sócio-histórico no qual a página do *facebook* está inscrita é o contexto do avanço tecnológico, popularização da internet e em especial da popularização das redes sociais. Entretanto, com a pesquisa feita e apresentada nesta dissertação de mestrado, após as análises de textos recortados de páginas do *facebook* de temática educacional, foi possível concluir que a página do *facebook* não é um gênero propriamente dito. Por apresentar vários gêneros em sua composição, ou seja, por ser formada de diversos gêneros, a página do *facebook* é considerada um hipergênero, podendo ser também, considerada e classificada como suporte para outros gêneros.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 277-326.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARROS, D. L. P. Entre a fala e a escrita: algumas reflexões sobre as posições intermediárias. In: PRETI, D. (Org.). **Fala e escrita em questão**. São Paulo: Humanitas, 2000, p. 57-77.

\_\_\_\_\_. Efeitos de oralidade no texto escrito. In: PRETI, D (Org.). **Oralidade em diferentes discursos**. São Paulo: Humanitas, 2006.

BRAIT, B.; MELO, R. De; Enunciado/enunciado concreto/enunciação. In: BRAIT, B. (org.) **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: contexto, 2005.

BECHARA, E. C. (Org.). **Dicionário Escolar da Academia Brasileira de Letras: Língua Portuguesa**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2011.

BENVENISTE, E. Da subjetividade na linguagem. In: **Problemas de Linguística geral**. São Paulo: PONTES, 2005, p. 284-293.

BENVENISTE, E. O aparelho formal da enunciação. In: **Problemas de Linguística Geral II**. São Paulo: PONTES, 2006, p. 81-90.

CARVALHO, G. L. de; SANTOS, D. E. dos. A interação verbal no ciberespaço: uma análise dos marcadores conversacionais em textos publicados em murais do Facebook. In: **IX SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA SÓLETRAS** – Estudos Linguísticos e Literários. 2012. *Anais...* UENP - Universidade Estadual do Norte do Paraná – Centro de Letras, Comunicação e Artes. Jacarezinho, 2012. ISSN – 18089216.

CARVALHO, N. de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ed. Ática, 2003.

CARVALHO, N. e KRAMER, R. A linguagem no Facebook. In: SHEPHERD, T. G. e SALIÉS, T. G. **Linguística da Internet**. São Paulo: Contexto, 2013, p. 77-92.

*CEFET – MG – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais*. Disponível em: <https://www.facebook.com/cefetmg?fref=ts> Acesso em: 26 de dezembro de 2013.

CHARAUDEAU, P. Sobre alguns gêneros e variantes de gêneros. In: **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006, p. 212-237.

DISCINI, N. **O estilo nos textos**. São Paulo: Contexto, 2004.

DISCINI, N.. A noção de texto. In: **A comunicação nos textos**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 13-43.

DISCINI, N. Ethos e Estilo. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 33-54.

DUBOIS, J. **Dicionário de Linguística**. São Paulo: Cultrix, 2001.

FACEBOOK. **Quais são as dimensões da foto do perfil da minha Página?** Disponível em: <https://www.facebook.com/help/315809258465467> . Acesso em 09 de fevereiro de 2014.

**Fan Page Oficial da Universidade Federal de Lavras**. Disponível em: <https://www.facebook.com/uflabr?fref=ts> Acesso em 09 de fevereiro de 2013.

FERREIRA, A. B. de H. **Dicionário Aurélio eletrônico: século XXI**. Versão 3.0. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. Desenvolvido por MGB Informática Ltda, 1999.

FERREIRA, A. B. de H. **Miniaurélio Século XXI**: O minidicionário da língua portuguesa. 5ª ed. rev. Ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FIORIN, J. L. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2002, p. 30-58.



FIORIN, José Luiz. **O pathos do enunciatário**. Alfa, São Paulo. 48 (2): 69-78, 2004.

\_\_\_\_\_. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.

\_\_\_\_\_. **Em Busca do Sentido: estudos discursivos**. São Paulo: Contexto, 2008

GALEMBECK, P. de T.; CARVALHO, K. A. Os marcadores conversacionais na fala culta de São Paulo (Projeto NURC/SP). **Revista Intercâmbio**, São Paulo, v. 6, 1997, p.830-850.

GALLI, F. C. S. Linguagem da internet: um meio de comunicação global. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio & XAVIER, Antônio Carlos (orgs) **Hipertexto e Gêneros Digitais**. 3ª. ed. São Paulo: Cortez, 2010, p. 147-164.

GRICE, H. P. Lógica e conversação. In: DASCAL, M. **Fundamentos metodológicos da linguística**. Campinas: Edição Particular, 1982, p. 81-103.

KOCH, I. G. V. **Argumentação e Linguagem**. São Paulo: Cortez, 1987.

\_\_\_\_\_. **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo: Cortez, 2003a.

\_\_\_\_\_. **A Inter-ação pela linguagem**. São Paulo: Contexto, 2003b.

KOCH, I. G. V; ELIAS, V. M. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.

KOCH, I. G. V.& L.C. TRAVAGLIA. **A coerência textual**. São Paulo: Contexto, 2003.

LEFFA, V. J. **O Texto em Suporte Eletrônico**. Scielo Brasil, 2001. Disponível em:<[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502001000300008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502001000300008&script=sci_arttext)>, acesso em 07/04/2014.

LEITE, M. Q. Interação texto falado e discurso. In: Brait, B; Maria Cecília S.S. **Texto ou discurso**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 217.

MAGALHÃES, A. L. Retórica e argumentação. In: Ferreira, Luix Antonio. Os sentidos do texto – aspectos retóricos. São Paulo: PUC, 2006. Disponível em: profanalucia.com.br/?wpfb\_dl=34. Acesso em: 21 abril 2014.

MARCUSCHI, L. A. Marcadores Conversacionais de português brasileiro: formas, posições e funções. IN: CASTILHO, Ataliba Teixeira de. (org.). **Português culto falado no Brasil**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1989.

\_\_\_\_\_. Atividades de compreensão na interação verbal. In: PRETI, D. (Org.). **Estudos de língua falada: variações e confrontos**. São Paulo: Humanitas, 1998.

\_\_\_\_\_. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização**. São Paulo: Cortez, 2003.

\_\_\_\_\_. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008, p. 198-202.

\_\_\_\_\_. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, L. A. e XAVIER, A. C. **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2010, p. 16-154.

MENDES, M. F. R. **O ideário neoliberal na educação a distância em portais de cursos de graduação superior sob o “olhar” da análise do discurso (AD)**. Dissertação de Mestrado. Três Corações: Universidade Vale do Rio Verde – Unincor, 2013.

MORATO, E. M. O interacionismo no campo linguístico. In: MUSSALIN, F. E BENTES, A. C. (org). **Introdução à linguística: fundamentos epistemológicos**. São Paulo: Cortez, 2005, p. 311-351.

PLATÃO, F; FIORIN, J.L. Considerações sobre a noção de texto. In: **Lições de texto: literatura e redação**. São Paulo: Ática, 1996, p.13-24.

PEREIRA, M. S. **Homepages de instituições de ensino superior e de empresas comerciais: uma análise da mercantilização a partir da noção de interdiscurso.** Dissertação de Mestrado. Três Corações: Universidade Vale do Rio Verde – Unincor, 2013.

RAMOS, S. M. S. O discurso de divulgação religiosa materializado por meio de diferentes gêneros: dois *ethé*, duas construções do Céu e da Terra. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Univerdidade de São Paulo – USP, 2007. Disponível em: <http://linguistica.fflch.usp.br/sites/linguistica.fflch.usp.br/files/RAMOS-SILVAuelimaria.pdf>

REBOUL, O. **Introdução à retórica.** São Paulo: Martins Fontes, 2004. Tradução: Ivone Castilho Benedetti.

REFKALEFSKY, E. **Comunicação e Marketing Religioso:** definições conceituais. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ).s. d.

RODRIGUES, A. C. S. Língua falada e língua escrita. In: PRETI, D. (Org.). **Análise de textos orais.** 6. ed. São Paulo: Humanitas, 2003, p. 13-32.

SARDINHA, T. B. Ver a Língua Portuguesa no Computador. In: SARDINHA, T. B. **A Língua Portuguesa no Computador.** São Paulo: Mercado das Letras, 2005, p. 07-32.

\_\_\_\_\_. Trazendo a Língua Portuguesa para o Computador. In: SARDINHA, T. B. **A Língua Portuguesa no Computador.** São Paulo: Mercado das Letras, 2005, p. 269-295.

SENAC MINAS. Disponível em: <https://www.facebook.com/senacminas?fref=ts> Acesso em: 26 de dezembro de 2013.

SHEPHERD, T. G. e SALIÉS, T. G. Introdução Por uma Linguística da Internet. In: SHEPHERD, T. G. e SALIÉS, T. G. **Linguística da Internet.** São Paulo: Contexto, 2013, p. 07-14.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 2007. – (Coleção primeiros passos; 103)

TEIXEIRA, L. Análise de Textos visuais: princípios metodológicos. In: BASTOS, Neusa Barbosa (org.). **Língua portuguesa: lusofonia – memória e diversidade cultural**. São Paulo: EDUC, 2008. p.299-306. ISBN: 978-85-283-0379-7.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS. **Retrospectiva UFLA 2013**: reveja, mês a mês, os acontecimentos mais expressivos. Disponível em: <http://www.ufla.br/ascom/index.php/2013/12/retrospectiva-ufla-2013/> . Acesso em 09 de fevereiro de 2014.

VOLOSHINOV (BAKHTIN), V. N. **Discurso na vida e discurso na Arte** (sobre poética sociológica). Trad. de Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza a partir da tradução inglesa de I. R. Titunik (“Discourse in life and discourse in art – concerning sociological poetics”). In: ---. *Freudism*, New York: Academic Press, 1976.

XAVIER, A. C. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A. e XAVIER, A. C. **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2010 p. 207-236.