

Um olhar para conceitos da linguística de texto em ambiente digital: explorando gênero e hipergênero na rede social virtual Facebook¹

Filipe Santos Guerra
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Bahia, Brasil
Endereço eletrônico: filipe.guerra16@gmail.com

Márcia Helena de Melo Pereira
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Bahia, Brasil
Endereço eletrônico: marciahelenad@yahoo.com.br

299

Palavras-chave: Gênero discursivo. Hipergênero. Redes sociais

INTRODUÇÃO

Segundo Guerra e Pereira (2024), devido ao rápido avanço das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) vivenciado nos últimos anos, a complexidade dos gêneros discursivos aumentou significativamente. Isso, para os referidos autores, resultou em formas de enunciados relativamente estáveis nos meios de comunicação modernos que, às vezes, se confundem no que diz respeito à maneira como são materializadas e veiculadas. Assim, considerando os desafios que esses novos modos de enunciar trouxeram às Teorias de Texto e de Discurso — que reclamam frequentes atualizações frente às variações de utilização da língua(gem) promovidas pelo ciberespaço —, este resumo explora dois conceitos fundamentais da Linguística de Texto e suas relações com textos digitais: *gênero discursivo* e *hipergênero*.

O estudo em questão utiliza as premissas teóricas de Bakhtin (2016) sobre gêneros discursivos, o qual afirma que a linguagem é usada de forma flexível baseada em três elementos-chave: i) conteúdo temático (contexto/ideias que influenciam o que queremos comunicar); ii) construção composicional (organização dos elementos de um gênero); e iii) estilo de linguagem (escolha de recursos gramaticais/lexicais, os quais formam os

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Realização:



Apoio:



gêneros do discurso), e de Bonini (2011) e Lima (2013) sobre hipergêneros, autores que defendem o hipergênero como uma unidade de interação composta por gêneros agrupados, formando uma unidade discursiva-textual coesa e sistematicamente interligada, ou, em outras palavras, se configurando como um ordenamento retórico-textual que transforma um conjunto de gêneros em um macroenunciado).

Para isso, elegemos o *Facebook* como ambiente de investigação e perguntamos: como as noções de gêneros do discurso e de hipergênero se manifestam e se materializam na mencionada interface digital? Para responder a esse questionamento, alguns procedimentos metodológicos foram adotados, como salientamos abaixo.

METODOLOGIA

O *corpus* foi construído a partir de *screenshots* de um *post* de *Facebook*, de uma página do *Facebook* e da tela inicial do *site Facebook*. Optamos por essa metodologia porque pretendemos usar imagens para ilustrar esses elementos, visando identificar características de gêneros discursivos e de hipergêneros presentes nelas. As *screenshots* serão apresentadas em duas figuras: a primeira representa o *post*; a segunda, a página.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na presente seção, apresentamos a análise dos dados que selecionamos para este trabalho. Isso posto, o primeiro conceito que analisaremos será o de gênero discursivo, e isso será feito com base na figura 1, abaixo:

Figura 1 — *Post* sobre uso de máscara



Fonte: Página *UOL Notícias* no *Facebook*²

2

Disponível

em:

https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=234565271718791&external_log_id=334560b6-803a-4b36-841b-e15b98e2ed6c&q=bolsonaro%20covid-19. Acesso em: 21 jun. 2024.

O *post* contido na figura 1 evidencia uma questão que polarizou o país: o enfrentamento da pandemia de covid-19 por parte do governo bolsonaro. Tendo isso em vista, inicialmente, observamos que a postagem coaduna com a assertiva bakhtiniana de que o conteúdo temático de um gênero aponta o objetivo interacional do sujeito, o qual elege um gênero do discurso específico para enunciar. Isso porque a publicação em questão angariou, aproximadamente, 2,5 mil reações, divididas, sobretudo, entre “grr”, “curtir” e “triste”; quase 3 mil comentários; e 96 mil visualizações. Levando isso em consideração, percebemos que o *post* de *Facebook* confere ao indivíduo a viabilidade de expor, à nível mundial, suas posições político-ideológicas, e esse posicionamento, no caso da figura 1, se reflete já no título do *post*, que relaciona, por um lado, a desconfiança de Bolsonaro sobre o uso de máscara, e, por outro, a morte de milhares de pessoas naquele mesmo dia.

Em relação à construção composicional, ou seja, ao aspecto formal do texto, observamos, na figura 1, que o usuário se alinha aos parâmetros estruturais de um *post* de *Facebook*. Esses parâmetros, de certa forma, orientam a comunicação discursiva dentro da interface supracitada, e essa orientação, conforme destaca Guerra (2022), se materializa através dos diversos recursos que o *Facebook* disponibiliza aos usuários quando estes decidirem publicar algo em sua linha do tempo. No caso da figura 1, por exemplo, a página *UOL Notícias* escolheu fazer uso de um vídeo, de uma legenda e de *hashtags*, mas ela poderia, também, utilizar *emojis*, temas coloridos/ilustrados, *links* para textos complementares e diversas outras configurações plurissemióticas, as quais são reconhecidas não só pelos usuários dessa rede social virtual, mas também por pessoas que não a utilizam, mas que, em algum momento, já se depararam com ela. Isso ocorre porque a estrutura retórica básica de um *post* de *Facebook* (isto é, seu aspecto organizacional) é bastante idiossincrática.

Já sobre o estilo, como vimos nos parágrafos anteriores, a postagem de *Facebook* oferta ao seu autor variados recursos multimodais para a materialização de seu discurso. Esses recursos marcam o estilo do gênero, ou seja, o que é ofertado para uso e como pode/deve ser utilizado. Acontece que o sujeito tem a autonomia de usar ou não qualquer um deles na criação de seu *post*, e é justamente isso que frisa o estilo individual dos usuários quando estes realizam uma publicação no *Facebook*. Assim, como já foi dito, a página *UOL Notícias* escolheu fazer uso de apenas três desses recursos, sendo que um deles acentuou a relação de valor do sujeito com a natureza do objeto do discurso: a

legenda da postagem. Isso ocorreu a partir da seleção de vocábulos feita pelo enunciador, a qual revelou sua atitude valorativa em relação à temática tratada, afinal, marcar que o então presidente do Brasil citou um estudo “sem entrar em detalhes” e questionou o uso de máscaras como medida de enfrentamento à pandemia da covid-19 exatamente no dia em que o país registrava um novo recorde de mortes causadas pela doença revela, no mínimo, uma tentativa, por parte da página, de fazer as pessoas refletirem sobre o modo de condução da crise sanitária supracitada por parte daquele governo.

Frente ao exposto e considerando, portanto, que o *post* de *Facebook* apresenta, em sua disposição, os três pilares de um gênero discursivo, torna-se mais simples identificar o que pode ser considerado um hipergênero dentro do site *Facebook*. Assim, ao analisarmos a síntese do conceito de hipergênero, percebemos que a página do *Facebook* se alinha perfeitamente a essa noção, como a figura 2, a seguir, demonstra.

Figura 2 — Página UOL Notícias no Facebook



Fonte: Página UOL Notícias no Facebook³

A partir da figura 2, é possível perceber que uma página de *Facebook* oferta ferramentas de organização de conteúdo para seu criador, permitindo ao usuário adicionar informações como nome, foto e descrição em sua apresentação. Contudo, ainda que ela exista na plataforma, seus objetivos interacionais são alcançados através dos *posts* publicados nela. Logo, a página oferece ao usuário apenas a possibilidade de organizar seus conteúdos, mas estes serão expressos através de um gênero (o *post* de *Facebook*), marcando, assim, uma de suas particularidades em comparação a um gênero discursivo tradicional.

³ Disponível em: <https://www.facebook.com/UOLNoticias>. Acesso em: 22 jun. 2024.

Vale ressaltar que cada uma dessas publicações pode ser tomada como um enunciado, isto é, como uma unidade de sentido que, por si só, já se estabelece como um todo discursivo, retórico e semântico. Contudo, no contexto da página de *Facebook*, esses posts formam uma rede de unidades retóricas que, em conjunto, criam uma macrounidade simbólica. Em outras palavras, esses *posts* se organizam para tratar da temática específica da página, formando um bloco retórico de conteúdo. É o caso da página *UOL Notícias*, apresentada na figura 2, a qual trata das últimas notícias do Brasil e do mundo nas áreas de política, economia, cotidiano, ciência, tecnologia, esporte, educação e afins, o que representa uma macrounidade simbólica. Portanto, esses *posts*, como enunciados, se coordenam dentro da página, compondo uma unidade retórica maior, a qual compartilha um conteúdo temático e realiza vontades discursivas correlatas. Assim, a página de *Facebook* é um hipergênero e, por isso, integra e sistematiza um grupo de gêneros específicos.

CONCLUSÕES

Este resumo confirma, portanto, que o gênero *post* do *Facebook*, caracterizado por conteúdo temático, estrutura composicional e estilo próprios, é usado para compor uma página de *Facebook*, considerada, aqui, um hipergênero. Isso porque, através de uma ou mais temáticas, os *posts* contribuem para a formação de um conjunto retórico-textual e discursivo. Observamos, assim, que os conceitos de gênero discursivo e de hipergênero são aplicáveis às produções no ciberespaço, especialmente no *Facebook*, mas ressaltamos, no entanto, que esses resultados não são definitivos, pois as TDICs estão em constante expansão e mudança, demandando contínuas atualizações.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. M. **Os gêneros do discurso**. Org., trad., posf. e not. de Paulo Bezerra; notas da edição russa de Serguei Botcharov. São Paulo: Editora 34, 2016.

BONINI, A. Mídia / suporte e hipergênero: os gêneros textuais e suas relações. **RBLA**, Belo Horizonte, v. 11, n. 3, p. 679-704, 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-63982011000300005&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 19 jul. 2020.

GUERRA, F. S. **As cores e as dores da comunidade LGBTQIA+**: uma análise dialógica da hipertextualização da militância sexual e de gênero em posts de Facebook.

Realização:



Apoio:



2022. 153f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Vitória da Conquista, 2022.

GUERRA, F. S.; PEREIRA, M. H. M. Gênero, hipergênero e suporte em ambiente digital: a aplicabilidade de conceitos da linguística de texto frente ao ciberespaço. **Revista da ABRALIN**, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 332–354, 2024. Disponível em: <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/2216>. Acesso em: 25 jun. 2024.

LIMA, S. C. **Hipergênero**: agrupamento ordenado de gêneros na constituição de um macroenunciado. 2013. 273f. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Letras, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/13377>. Acesso em: 09 set. 2022.