

ASPECTOS VISUAIS NOS GÊNEROS DIGITAIS: HIPERMODALIDADE PELA SEMIÓTICA SOCIAL

Cleber Pacheco Guimarães (UFPE)
cleber.guimaraes@gmail.com

RESUMO: No presente artigo, sugiro uma metodologia, baseada na gramática visual (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006), para a análise da enunciação digital (XAVIER, 2009). O investimento pretende demonstrar como abordar material digital em sua completude, sem recortá-lo ou tosá-lo. Neste primeiro trabalho, como exemplificação da metodologia, integro a gramática visual à Análise Crítica do Discurso.

PALAVRAS-CHAVE: Gramática Visual, Enunciação Digital, Análise Crítica do Discurso.

ABSTRACT: This article suggests a methodology to analyze digital discourse (enunciação digital - XAVIER, 2002) based on the grammar of visual design (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006). This work intends to demonstrate an integral approach to digital material, which focus not only on verbal language itself, but also on other semiotic modes. To exemplify the methodology, we integrate visual grammar of design into Critical Discourse Analysis.

KEYWORDS: Visual Grammar, Digital Enunciation, Critical Discourse Analyses.

RESUMÉ: Dans ce travail, je suggère l'utilisation d'une méthodologie, basée sur la grammaire visuelle (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006), rendant possible l'analyse d'une énonciation digitale (XAVIER, 2002). Cet article prétend montrer comment aborder le matériel digital de manière globale, sans le découper ni le mutiler. À titre d'illustration de la méthodologie, j'intègre la grammaire visuelle à l'Analyse Critique du Discours.

MOTS-CLÉES: Grammaire Visuelle, Enonciation Digital, Analyse Critique du Discours

Introdução

Pela sua relativa incipiência, os ditos “gêneros digitais” oferecem uma série de dificuldades para linguistas que, de alguma forma, tentam analisá-los. Estudar *websites* ainda é uma prática intrincada, seja para linguistas aplicados, linguistas de texto, analistas do discurso, semanticistas entre outros. Se recortamos textos de seus locais na *web*, para uma análise em separado, retirando-os de seu ambiente digital, estamos abandonando a averiguação de aspectos semiótico-discursivos relevantes. Segregações, imagens, cores, divisões em páginas, todos são recursos possíveis e constitutivos da *enunciação digital* (cf. XAVIER, 2009).

A enunciação digital engloba diversos modos semióticos, além de envolver a linguagem verbal. Esta pluralidade semiótica já era conhecida da sociedade, que via em suas capas de revistas, em seus filmes e em alguns livros, um entrelaçamento de modos semióticos (imagens com texto escrito; sons acoplados a textos; cheiros em figuras etc.). Todavia, no âmbito do hipertexto, essa pluralidade é acentuada e inescapável, além de receber contribuições de modos semióticos que não eram realizáveis nos suportes impressos convencionais. Afora esta acentuação, é disponível, à enunciação digital, a maior particularidade do hipertexto: a possibilidade de se conectar a outros textos por intermédio de *links*. É importante destacar que minha visão de hipertexto é baseada em Xavier (2009). Considero bastante interessante a breve definição que o autor cunhou — antes de tratar mais aprofundadamente do tema — para hipertexto: “texto ampliado e interligado” (XAVIER, 2009:112). Em meu ponto de vista, esta sucinta definição toca no cerne da distinção entre “texto convencional” e hipertexto, pois este é “ampliado” no que se refere à pluralidade semiótica, ao armazenamento de informações e, principalmente, ao poder de retomar outros textos. Não sou partidário de generalizações como “todo texto é hipertexto”, pois, assim como Xavier, vejo hipertexto como exclusivo do ambiente hipermediático, que torna possível a enunciação digital. O autor de “A Era do Hipertexto” refere-se ao modo de enunciação digital como “uma maneira própria de dispor, compor e superpor, entrelaçadamente, em uma mesma plataforma enunciativa, os recursos semióticos de natureza linguística e não-linguística” (XAVIER, 2009:92).

A enunciação digital se vale da *hipermodalidade*, termo oriundo da adjunção dos conceitos de multimodalidade¹ com o de hipertexto. Soares & Araújo ancoram-se em outros autores para defender que hipermodalidade “é uma maneira de se nomear as novas interações entre os significados das palavras, imagens e sons na hipermídia” (SOARES & ARAÚJO, 2009:04). Para que abordemos material digitalmente enunciado, é compulsório focalizar tais interações entre significados; é necessário considerar todos os elementos que constituem este material.

¹ O termo *multimodalidade* se refere à construção de significados por meio de mais de um modo semiótico. Atualmente, alguns autores defendem que todo texto é multimodal, pois mesmo um texto que se utiliza apenas do modo verbal escrito pode expressar outros sentidos por intermédio, por exemplo, da tipografia.

Entendendo que é preciso tomar um *website* como um complexo de recursos semióticos amalgamados e indissociáveis, objetivo demonstrar como integrar a Semiótica Social à Análise Crítica do Discurso (doravante ACD) para examinar gêneros digitais; debruçar-me-ei, para exemplificar a integração, sobre a biografia *online* de Dilma Rousseff². Para alcançar meus objetivos, os postulados da ACD, mormente por Fairclough (2001, 2003), da Semiótica Social (VAN LEEUWEN, 2006) e da gramática visual (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006), servem-me de base teórica. Espero que, futuramente, a metodologia baseada na Semiótica Social possa ser melhorada e adaptada/integrada também a outras teorias (além da ACD). Poderemos, assim, compreender melhor *o que se diz* (e o que não é dito) e *como se diz* algo por intermédio da hipermodalidade.

1. Integrando a semiótica social à ACD

Neste item, trato brevemente da Semiótica Social e da ACD. Para considerações mais aprofundadas sobre estas teorias, consulte a introdução de Van Leeuwen (2006) à Semiótica Social, e confira Fairclough (2001, 2003), Meurer (2007) ou Pedrosa (2008) para aprofundar-se nos preceitos e métodos da ACD.

A *Semiótica Social* tem como objeto de estudo a significação em circunstâncias culturais determinadas, distinguindo-se da semiótica prevista por Saussure (1995[1916]) por uma mudança de foco: do “signo” para o uso de “recursos semióticos” no contexto de práticas e situações sociais específicas (cf. VAN LEEUWEN, 2006). O que significa esse deslocamento de foco? Significa que a semiótica social amplifica a visão de Saussure e toma os sistemas semióticos, e, destarte, também os significados produzidos, como moldados por relações de poder. Tais significados são edificados por processos sociais, podendo, então, sofrer mudanças na medida em que a sociedade muda.

A gramática visual de Kress & Van Leeuwen (2006) insere-se na perspectiva da Semiótica Social. Usarei muito desta gramática como aporte teórico. Contudo, as fundamentações desta atêm-se a imagens, *banners*, fotos e outros. Quando menciono que integrarei a *Semiótica Social* (e não a teoria da *gramática visual*) à ACD, é porque a semiótica é mais abrangente e permitirá, no futuro, que olhemos, proficuamente, também para outros modos semióticos.

A ACD, por sua vez, é uma investigação centrada nas práticas sociais, cenários de produção da vida social. A prática social é, por um lado, uma forma “permanente”, estruturada, de atuar, e, por outro, um domínio de ação/interação social que pode reproduzir ou transformar as estruturas. Toda prática é envolta por elementos semióticos. A ACD se caracteriza

² A biografia *online*, oficial, parece ter sido retirada do ar. O *site* de Dilma Rousseff é <http://dilma.pt/>.

justamente pela análise das relações dialéticas entre tais aspectos semióticos e elementos das práticas sociais, tais como meios de produção, relações sociais, identidades, valores etc. (cf. Fairclough, 2003).

A análise do discurso deve atentar para as formas linguísticas e para a distribuição das mesmas em diversos textos, além de sua relação com o *contexto* para o exame da construção do sentido. O contexto de produção adquire papel vital para indicação dos caminhos a serem traçados na interpretação textual. Atenta-se, portanto, para o extralinguístico e o intralinguístico, que se desdobram tridimensionalmente (FAIRCLOUGH, 2001:100). Desta maneira, atrelam-se as práticas discursivas às práticas sócio-culturais e ao mesmo tempo ao nível textual. Num primeiro modelo de análise, Fairclough distinguiu três níveis: o *social*, o *discursivo* e o *textual*. A análise voltada para o *linguístico* (textual) é também chamada de *descrição*, enquanto a análise dos níveis sociais e discursivos é conhecida como *interpretação*.

Fairclough assevera ser uma hipótese de trabalho sensata “supor que qualquer tipo de aspecto textual é potencialmente significativo na análise de discurso” (2001:102). Defendo neste trabalho, com o abono da Semiótica Social, que qualquer escolha composicional, no momento da elaboração de um *site* (*design*, *layout*, *links*, *cores* etc), é potencialmente significativa para a análise do “discurso digitalizado”. A enunciação digital dispõe de vários recursos semióticos para a produção de sentido, então, o exame das escolhas é imprescindível para averiguar como uma determinada representação da realidade tenta naturalizar ou mascarar ideias e valores. De fato, o que tenho averiguado, em estudos iniciais, é que a composição do *site* (novamente, falando em termos de *design*, escolha de imagens, cores e outros), por si só, não realiza naturalizações nos moldes em que a linguagem verbal o faz. Tais escolhas composicionais apenas corroboram o discurso construído sobretudo pelo material linguístico presente no *website*.

Analistas à luz de Fairclough, como vimos há pouco, abordam o evento discursivo enquanto *texto*, enquanto *prática discursiva* e como *prática social*³. Fundamentados na LSF de Halliday, tais analistas, no exame do evento discursivo enquanto *texto* (a etapa da descrição), na visão de que a linguagem é *multifuncional*, debruçam-se sobre os *significados ideacionais*, *interpessoais* e *textuais* (conforme *figura 01*). Grosso modo, poderíamos relacionar estes três significados, respectivamente, a três funções (daí a multifuncionalidade), pois a linguagem permite-nos fazer, simultaneamente, três coisas (cf. MEURER, 2007): **1.** refletir/criar determinados conhecimentos e crenças, representando a realidade de uma determinada maneira; **2.** estabelecer relações sociais; e **3.** organizar os textos de maneiras diversas.

³ Neste trabalho, limito-me a tratar da *prática textual*. Para mais considerações sobre a prática discursiva e a social, consultar Fairclough (2001, 2003), Meurer (2007) ou Pedrosa (2008).



Figura 01 – Análise tridimensional do discurso

Em minha proposta de integração, defendo a análise dos significados ideacionais, interpessoais e textuais dos *elementos hipermodais*, além da já conhecida análise dos elementos textuais “convencionais”, escritos. Em outras palavras, defendo que seja estudado como os aspectos hipermodais de um *website* (a saber: segregações, imagens, cores, divisões em páginas, sons e outros) podem auxiliar textos verbais a representar realidades de determinadas maneiras e não de outras. Esta análise tridimensional *integrada* pode ser representada tal como na *figura 02*. No próximo item, explicarei como proceder com o investimento.

2. Análise integrada da enunciação digital: a biografia *online*

Neste tópico, demonstro como abordar, nos *websites*, os aspectos hipermodais que “complementam” a enunciação dimanada dos textos verbais. Atente, na *figura 02*, que renomeei *significados textuais* por *significados composicionais*, pois a análise dos recursos semióticos nesta etapa, além de não priorizar a linguagem verbal, concentra o olhar na forma como o *site* foi composto, desenhado e fragmentado.



Figura 02 – Análise integrada da enunciação digital

Para a demonstração do método, tomo como exemplo a biografia *online* de Dilma Rousseff⁴. Analisei tal material, sob a ótica da ACD, para o VI Congresso da Associação de Linguística Sistemico-Funcional da América Latina (ALSFAL) em 2010. Na ocasião, focalizei apenas os textos escritos na biografia (e, mesmo assim, não todos; não considerei, por exemplo, as palavras que haviam sido escolhidas como *links*)⁵. Volto agora a este material, para discernir sobre os elementos restantes, buscando uma análise do inteiro, integrada. Recorrerei, por vezes, às biografias *online* de outros candidatos à época, para, por meio do contraste, demonstrar a possível motivação por trás de determinadas escolhas composicionais.

No congresso da ALSFAL, tentei demonstrar como a biografia de Dilma mobilizava os significados e atuava discursivamente no intento (que era óbvio) de moldar a candidata como competente e preparada para dirigir o Brasil (pois a imagem contrária era a criada por seus adversários). A seguir, veremos como os aspectos hipemodais se adjuntaram na tentativa de construir uma Dilma experiente.

2.1 Significados ideacionais na hipermodalidade

Como vimos há pouco, os significados ideacionais são os que se mobilizam na tentativa de criar realidades favoráveis aos produtores de texto. Na modalidade verbal escrita, tais significados são instanciados pelo sistema de transitividade (cf. MEURER, 2007), por intermédio de seus processos, participantes e circunstâncias. Na biografia *online*, tínhamos uma abundância de processos materiais, o processo através do qual uma entidade faz alguma coisa; os processos materiais, conforme Souza & Cunha (2007:56), são aqueles que

⁴ Site lançado para campanha à presidência da república em 2010.

⁵ A análise crítica desta biografia deve ser publicada nos anais da VI ALSFAL, ou, em breve, em <http://www.cleberpacheco.com.br>.

“constituem ações de mudanças externas, físicas e perceptíveis”. A presença de processos como *alertar, criar, exercer, comandar, trabalhar* e outros, todos com Dilma Rousseff como participante ativa, tinha o intento claro de associar a candidata a uma imagem de “pessoa que faz”.

No âmbito da hipermodalidade, os significados ideacionais são advindos da utilização de cores, de imagens (inclusive do *background*) e da relexicalização dos *links* (momento no qual voltamos a focalizar a linguagem verbal). Vejamos como isso funciona na biografia *online* em estudo.



Figura 03 – representação da realidade por imagens

Seria mera coincidência o fato de termos encontrado, na biografia de Dilma, fotos nas quais a candidata aparece em reuniões, coletivas de imprensa, plataformas de petróleo, e uma na qual ela aperta a mão do homem mais poderoso do mundo? Não. As fotos adjuntam-se ao texto escrito para corroborar a imagem da competência. Também é interessante notar: **1.** a foto do homem rural, instalando um bulbo de luz (pois Dilma é retratada no texto como tendo sido uma excelente ministra de minas e energia) e **2.** a ausência de fotos que demonstram cenas de violência no período da ditadura (a única imagem que temos é a de um jovem pichando um muro). Seria lógico esperar que os biógrafos da candidata tentassem dirimir ou extinguir a imagem negativa, de guerrilheira, propagada pela oposição.

A relexicalização nos *links* que nos levam às páginas da biografia merece igual atenção. Qual motivo levaria o biógrafo a escolher termos como *recomeço, militância, Lula e Dilma*, entre outros, para tais *links*? Está bem claro. O primeiro lexema é para sugerir que a ditadura destruiu a vida da candidata, a ponto de ela precisar *recomeçar*. Quem destrói é o mal; impele-se, desta forma, qualquer ação equivocada para longe de Dilma, aventando que a candidata era vítima, e que teve motivos para agir contra o sistema. O segundo, *militância*, tem,

para esquerdistas, sentido positivo; certamente teria sido trocado, numa biografia adversária, pelo termo *guerrilha*, *período criminoso* ou algo neste sentido. E, finalmente, o *link Lula e Dilma* serve para assegurar a filiação da candidata ao então presidente; filiação reforçada nas inúmeras imagens nas quais os dois políticos aparecem juntos.

2.2 Significados interpessoais na hipermodalidade

Todo texto efetiva algum tipo de relação interpessoal com o leitor. Os significados interpessoais são averiguados, na LSF, sobretudo pela investigação da *modalização*. É nela que vamos nos deter aqui. Mas como se dá a modalização nos elementos hipermodais? Como imagens e cores podem atribuir sentido de “verdade” (ou “mentira”) a representações da realidade? Simples. Sugiro, inicialmente, que olhemos para a dicotomia *claro/escuro*, para o *ato da imagem*, e para a *escala de saturação de cores*. A dicotomia foi minha elaboração, mas os dois últimos elementos podem ser melhor estudados na gramática visual de Kress & Van Leeuwen (2006).



Figura 04 – Folha Online, Reuters e UOL

Para que tratemos da dicotomia *claro/escuro*, atente para a *figura 04*. Temos a página inicial do *site* de duas agências de notícias (Folha e Reuters) e a *homepage* do servidor e agregador de conteúdo UOL. Por uma questão de espaço, não trarei a página inicial do *site* Astalavista, dedicado a assuntos de segurança na Internet, mas que, durante algum tempo, foi reduto de *Hackers* e de navegantes à procura de *cracks* para programas de computador. O Astalavista, de maneira contrária ao dos *sites* da *figura 04*, tinha o preto como cor

predominante⁶. A cor branca e os fundos claros modalizam a informação positivamente, conferindo-lhes credibilidade e caráter de seriedade. Não é à toa que o claro é predominante no *site* da Reuters, Folha, UOL, e no espaço de Dilma Rousseff e de outros candidatos, como pode ser notado na *figura 05*. O Astalavista não tem compromisso com a seriedade, atributo não perseguido por *hackers*; é, desta forma, intensamente escuro, assim como outros milhares de *sites* sobre quebra de senhas, invasão de computadores etc.

Sobre o *ato da imagem*, Kress & Van Leeuwen (2006) nos trazem um fato histórico interessante. No século XIII, monges tinham, em seus aposentos, a imagem da Virgem com seu filho crucificado, de forma que podiam, enquanto liam e rezavam, contemplar a imagem e serem contemplados de volta, “por um olhar de compaixão” (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006:118). Este exemplo é interessante para demonstrar como o “olhar” de uma imagem pode estabelecer relações interpessoais (seja de reciprocidade, de admiração, identificação etc.) entre ela (a imagem) e seus leitores. Aliás, é este o intuito perseguido pelo famoso *banner* do Tio Sam que convoca os jovens americanos para a guerra. O “olhar” do Tio Sam procura estabelecer uma relação de identificação, significando “você é americano e deve lutar para defender os interesses de seu país”. Comumente, quando um ser numa imagem olha para o leitor, é porque demanda algo.



Figura 05 – *Sites* oficiais de Dilma Rousseff, Plínio de Arruda, Marina Silva e Ciro Gomes (que abandonou o pleito, mas continuou com o *site* no ar)

Não seria estranho, destarte, se eu revelasse que todos os candidatos à presidência, que concorreram com Dilma, em seus *sites* oficiais, em suas fotos principais, olhavam diretamente para os que em seu espaço navegavam (ver *figura 06*). A demanda é nítida (“vote

⁶ O *astalavista.com* passou recentemente por atualizações, inclusive no *layout*. As alterações certamente têm a ver com uma nova política de conteúdo a ser explorada pelo *site*; todavia, o preto continua fortemente presente. A visita ao endereço não é aconselhada, já que este ainda é marcado pelo AVG antivírus como “potencialmente transmissor de ameaças ativas”.

em mim”) e é expressa por intermédio do “olhar”, que visa estabelecer uma relação amigável e de confiança entre candidato e eleitor.

Vimos, até então, que a modalização no sentido do pólo positivo, na perseguição do caráter de seriedade, credibilidade e confiança, no caso da biografia *online* de Dilma Rousseff, realiza-se pela preponderância da clareza e pelo estabelecimento da conexão pelo “olhar” (que demanda). Contudo, outro fator deve ser levado em consideração, embora não tenhamos descoberto ainda o intento discursivo de tal escolha: a saturação de cores⁷.



Figura 06 – Candidatos e o “olhar”

Note que, ainda na *figura 06*, tomando as imagens dos candidatos como um *continuum*, numa orientação de codificação chamada naturalista⁸, temos Plínio de Arruda como altamente modalizado. Podemos enxergar, claramente, toda a modificação que a idade imprimiu à sua pele. As linhas de expressão são nítidamente percebidas; seu rosto, tal qual o é na vida real. Caminhando pelo *continuum*, em direção ao pólo esquerdo, passamos por Ciro Gomes e Marina Silva. Neste mesmo sentido, sucessivamente, a modalização cai. Ciro e Marina não desfrutam — por algum motivo — do detalhamento empregado a Plínio, embora suas imagens ainda estejam altamente modalizadas, ou seja, bastante próximas da realidade.

Quando a saturação de cores ultrapassa um determinado limite, a modalização volta a diminuir. Neste caso, temos um ponto além do *continuum*, expandindo-o, à direita; um ponto que demarca o máximo de saturação e uma baixa modalização. É o caso de Dilma. A saturação de cores em sua face se dá de tal modo que nenhum traço da idade pode ser visto. A candidata se assemelha mais a um desenho do que a um ser humano. O efeito discursivo de tal escolha ainda não é claro. Estudos são necessários para detectar por que, em determinados domínios discursivos, em certos contextos, a representação de pessoas pode buscar a realidade (alta modalização) ou se afastar dela.

2.3 Significados composicionais na hipermodalidade

⁷ Na obra *Reading Images*, Kress & Van Leeuwen (2006) também discutem outros aspectos da modalidade visual, como a modulação de cores, a iluminação e a profundidade.

⁸ Kress & Van Leeuwen (2006:165) definem esta “orientação de codificação” (tradução minha) como um conjunto de princípios abstratos que determinam o modo como “textos” são codificados por determinados grupos sociais. Em outras palavras, a orientação naturalista é aquela que busca codificar imagens de modo que representem o real do modo mais perfeito possível.

Neste momento, discuto o posicionamento esquerda/direita, comumente intitulado de *dado/novo*, e o *framing*, aqui relacionado ao enquadramento e à fragmentação do *site*. Quando no estudo de material verbal, o olhar para os *significados textuais* (aqui renomeados para *significados composicionais*) investiga a forma como a estrutura linguística é organizada para, concomitantemente aos outros significados (ideacionais e interpessoais), moldar certas realidades. Neste momento, devemos, desta forma, quando nos focamos em aspectos hipermodais, examinar como a organização do *site* (a escolha e divisão de formas e cores, a alocação de textos e imagens, e a fragmentação em páginas) contribui para a realização de um discurso.

Começo tratando do *interior* das imagens, ou seja, não de seu posicionamento no *site*, mas do que elas intentam mostrar. É, de certa forma, um retorno à investigação ideacional, entretanto, desta vez, focada no posicionamento dos elementos ali retratados. Convido o leitor a voltar à *figura 03*. Perceba que nas 03 fotos em que Lula e Dilma aparecem juntos, o petista é sempre o elemento à esquerda, ou seja, o elemento *dado*. Dilma, por sua vez, é sempre o *novo*. Há apenas uma foto (na biografia, mas não presente na *figura 03*), no qual os dois aparecem juntos, em que Dilma não é, no eixo horizontal, o elemento *novo*. Todavia, e mesmo assim, na foto em questão, o presidente Lula está em pé, e a candidata, sentada. Num eixo vertical, Dilma continua sendo o *novo*. Essa demarcação, quando tratamos de posicionamento cima/baixo, recebe outro nome e outra significação: o ideal/real (cf. KRESS & VAN LEEUWEN, 2006). Não abordaremos o ideal/real neste trabalho.

O elemento *dado* é cognitivamente percebido, pelos povos do ocidente, como o “sabido”, “incontestável” e “consensual”, enquanto o *novo* é o elemento ao qual se deve “prestar atenção”, por vezes “polêmico”, e em “busca de consenso”. Se a alocação de Lula sempre à esquerda foi intencional (ou até “inconscientemente intencional”), é indubitável que o intuito era apresentar Dilma como a sequência lógica, como a continuação de um governo (visto por muitos como) de sucesso. Vale lembrar que o presidente Lula tinha cerca de 80% de aprovação às vésperas da eleição. Associar Dilma à continuação de Lula era conveniente para os administradores da campanha.

No que concerne à distribuição dos elementos ao longo do *site*, e da fragmentação da informação em páginas diversas, não me foi possível, ainda, elaborar conclusões. Todavia, trago algumas considerações necessárias e imprescindíveis àqueles que, como eu, de alguma maneira, queiram continuar com estudos desta natureza.

Seria interessante entender a relação *dado/novo* no que diz respeito à alocação de textos e imagens. Qual o efeito cognitivo (e, por vezes, devido a isto, o efeito discursivo) da disposição de um texto à esquerda e da imagem à direita? E vice-versa? Outro questionamento que devemos nos fazer é sobre o *framing*: qual o resultado cognitivo pretendido quando disponibilizamos toda a informação numa única página, de modo que, para ter acesso a ela,

precisamos utilizar a barra de rolagem? Este procedimento foi o adotado na biografia de Marina Silva. O texto sobre a vida de Dilma, de maneira diversa, foi fragmentado em páginas diferentes. É interessante descobrir se houve (e se há) motivação discursiva por traz de tal atitude. De antemão, asseguro-lhes que, para acessar as informações da biografia da petista, devemos clicar nos *links* (“recomeço”, “militância”, “Lula e Dilma”) que vimos há pouco. Em outras palavras, somos forçados a focalizar elementos-chave da constituição daquele discurso digital.

3. Considerações finais

É importante destacar que a metodologia apresentada não se pretende única e — como deve ter sido claramente percebido — não se julga completa e fechada. Em alguns pontos, comentei que não havia chegado a conclusões sobre a utilização de um determinado recurso semiótico; e ainda não há considerações, numa metodologia consonante à de Fairclough, sobre como (e quando) recursos hipermodais revelam práticas discursivas/sociais. Este é um empreendimento que merece sugestões e desenvolvimentos. Todavia, espero ter ficado claro que é possível considerar aspectos hipermodais, analisando-os como *textos*, inferindo suas motivações discursivas. Espero, igualmente, que a metodologia sugerida possa ser integrada a outras teorias. Textos atuais, multimodais, hipermodais, não permitem mais, ao linguista, o isolamento. É imperativo se debruçar sobre fragmentações, cores, imagens e outros recursos disponíveis nos diversos modos semióticos.

Referências bibliográficas:

ARAÚJO, Júlio César; SOARES, Carla Poennia Gadelha. 2009. Afetividade, hipermodalidade e hipertextualidade nas interações no orkut. In: *III Encontro Nacional sobre Hipertexto*. Belo Horizonte. Disponível em < <http://www.ufpe.br/nehte/hipertexto2009/anais.html>>.

FAIRCLOUGH, Norman. 2001. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília.

_____. 2003. El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. In R. WODAK & M. MEYER (comp.) *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*, pp. 179. Barcelona: Gedisa.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. 2006. *Reading images: the grammar of visual design*. 2.ed. London and New York: Routledge.

MEURER, José Luiz. 2007. Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Org.). *Gêneros: teorias, métodos e debates*. 2 ed. São Paulo, SP: Parábola.

PEDROSA, Cleide Emília. 2008. *Análise Crítica do Discurso: do linguístico ao social no gênero midiático*. São Paulo: UFS.

SAUSSURE, Ferdinand. 1995 [1916]. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix.

SOUZA, Maria Medianeira de; CUNHA, Maria Angélica Furatdo da. *Transitividade e seus contextos de uso*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007

VAN LEEUWEN, Theo. 2006. *Introducing Social Semiotics*. New York: Routledge.

XAVIER, Antonio Carlos. 2009. *A era do hipertexto: linguagem e tecnologia*. Recife: Editora Universitária/UFPE.