

UMA ANÁLISE HIPERTEXTUAL E MULTIMODAL DE *POSTS* NA PLATAFORMA *PINTEREST*

Hudson Santos de Oliveira¹
Igor Araújo Dantas²

RESUMO: Nesta pesquisa, propusemo-nos analisar a hipertextualidade presente no gênero discursivo digital post do Pinterest. Nosso objetivo é identificar as características hipertextuais contidas nesse gênero, além de apresentar o estilo, conteúdo e estrutura temática do gênero, considerando o Pinterest um importante suporte para compartilhamento de ideias criativas. Para isso, utilizamos uma abordagem metodológica de cunho qualitativo/descritivo, considerando a análise de dados de dois posts. Ancoramos nossa argumentação em grandes nomes da literatura textual como Mikhail Bakhtin para embasar as características hipertextuais contidas no gênero textual post do Pinterest. Algumas características encontradas foram a multimodalidade, a presença constante de hiperlinks e a leitura self-service.

Palavras-chave: Pinterest. Posts. Hipertextualidade.

1 - INTRODUÇÃO

O acesso às mídias e ferramentas tecnológicas cresceu, e continua crescendo, significativamente, nos últimos anos. Particularmente, nós, brasileiros, destinamos muito tempo ao uso de mídias sociais. Na América Latina, nenhuma outra nação passa mais tempo em frente às telas do que os brasileiros, segundo dados apresentados por Duarte (2019), no site da BBC News Brasil ³

Se, por um lado, anos atrás o uso das mídias digitais era relacionado, em sua maioria, a questões lúdicas e de entretenimento, como jogos e distração em sites de relacionamentos, atualmente, cada vez mais as mídias sociais se inserem em diversas esferas das nossas vidas. As mídias sociais, para além da distração, as ferramentas tecnológicas têm se tornado

¹ Graduando pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB

² Graduando pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB

³ <https://www.bbc.com/portuguese/geral-49602237>



fundamentais em nossa sociedade contemporânea. Por aplicativos fazemos transações bancárias, compras em lojas online, e assistimos aula de ensino fundamental, médio e superior, por exemplo. Não obstante, os fins que a tecnologia digital nos proporciona variam e se renovam/surgem a cada dia.

As possibilidades de uso que as tecnologias nos proporcionam são variadas, pois as necessidades sociais também são variadas. Conforme aponta o ícone filósofo russo Mikhail Bakhtin ([1979]2011), a variedade virtual da atividade humana é inesgotável. Além disso, cada atividade humana comporta um extenso repertório de gêneros do discurso que se remodelam de acordo à necessidade social. Logo, gêneros discursivos digitais emergem a todo tempo em nossa sociedade devido a nossa demanda social. Neste trabalho, iremos abordar um desses diversos gêneros discursivos: o post de Pinterest.

Com aproximadamente 400 milhões de usuários ativos mensais, o Pinterest é um suporte tecnológico muito utilizado por diferentes grupos sociais. Nesse aplicativo, encontramos posts relacionados à moda, sugestões de atividades para aula, ideias para casas, motores, dentre outros temas que possibilitam ao leitor pinçar, publicar e interagir com uma infinidade de ideias criativas.

Devido à popularidade desse aplicativo, e considerando-o como um gênero discursivo digital amplamente utilizado, decidimos analisar as características que o tornam um gênero do discurso. Portanto, buscamos identificar o estilo, conteúdo temático e estrutura composicional do post do Pinterest. Para isso, referenciamos-nos em nomes como Mikhail Bakhtin (2011), Roxane Rojo (2013), Ana Elisa Ribeiro (2009), dentre outros. Assim sendo, nos tópicos seguintes, pretendemos aprofundar um pouco mais no que são os gêneros do discurso, apresentar a plataforma do Pinterest, discutir o conceito de Hipertexto e suas características e, por fim, analisar os posts do Pinterest.

2 GÊNEROS DO DISCURSO: CONCEITO BÁSICO

Nessa pesquisa, objetivamos analisar as características que compõem o gênero discursivo digital post do Pinterest. Logo, é necessário discutir o que são os gêneros do discurso e detalhar o funcionamento do Pinterest. Nesta seção, comentaremos sobre os gêneros do

discurso. Sobre o Pinterest, especificamente, haverá, nas seções subsequentes, um tópico destinado ao assunto.

Para definirmos o que são os gêneros do discurso, não poderíamos deixar de nos basear na maior referência sobre o tema. Estamos aludindo a Mikhail Bakhtin. Na obra *Estética da Criação Verbal*, Bakhtin (2011) defende que a riqueza e variedade dos gêneros discursivos são infinitas devido a inesgotável possibilidade de atividades da esfera de atuação humana.

Ora, em todo tempo, novos gêneros discursivos surgem e se remodelam de acordo à necessidade da esfera social. A variedade desses gêneros, conforme descrito anteriormente, é inesgotável. Contudo, em um primeiro momento, tal afirmação, para um público com menor acesso aos textos linguísticos, pode parecer um pouco surpreendente. Atribuímos isso a dois fatores: a crença popular de que gêneros discursivos são apenas os literários, ou que Bakhtin considera como gêneros secundários, e a confusa delimitação na mente dos leitores entre o que são tipos textuais e gêneros textuais.

Acreditamos que, unanimemente, as pessoas consideram uma obra de Aristóteles um gênero discursivo. Por sua vez, se afirmarmos que o post do Pinterest ou até mesmo memes sejam gêneros discursivos, possa ser que para alguns leitores isso soe estranho. A diferença essencial entre obras literárias, como a Poética de Aristóteles, e os gêneros emergentes, como os gêneros discursivos digitais, é que o primeiro é considerado um gênero secundário, e o segundo, por seu turno, é considerado um gênero primário. Para Bakhtin (2011), os gêneros secundários surgem em uma situação cultural mais complexa e evoluída, ao passo que os gêneros primários ocorrem no cotidiano.

Prosseguindo, à primeira vista, pode-se acreditar que os gêneros discursivos sejam limitados, porque atribuem ao gênero discursivo o que na verdade são os tipos textuais. Não devemos confundir-los: os gêneros textuais são inesgotáveis. Os tipos textuais⁴ são limitados e estão presentes nos diversos gêneros discursivos. Em outras palavras, no gênero post de

⁴ Em consonância com Marcuschi (2008), podemos definir os tipos textuais como uma construção teórica que subjaz aos textos, caracterizando-se muito mais como sequências linguísticas do que a materialização do texto; em outras palavras, os tipos textuais atravessam os gêneros de textos (gêneros discursivos), e abrangem as seguintes categorias: narração, argumentação, exposição, descrição e injunção.

Pinterest pode-se encontrar publicações com tipos textuais narrativos ou descritivos, por exemplo.

Mas, o que vêm a ser, de fato, os gêneros do discurso? Na obra *Estética da Criação Verbal*, Bakhtin (2011) informa que os gêneros dos discursos são tipos relativamente estáveis de enunciados compostos por um conteúdo temático, estilo e construção composicional. Entendemos, então, com base em Bakhtin (2011), que se trata da estabilização de um enunciado em um modelo de texto que acessamos em situação sociocomunicativa recorrente, como explica Marcuschi (2008).

Se pensarmos no estilo do *Pinterest*, pode-se afirmar que esse gênero é menos padronizado, ou melhor, mais aberto a possibilidades estilísticas que cada indivíduo pode usar. Logo, um perfil empresarial pode optar por um estilo linguístico mais formal, enquanto um perfil humorístico pode optar pelo uso de gírias, por exemplo.

Ainda sobre o estilo, gostaríamos de mencionar Marcuschi (2004) que relata um ponto destacado por Crystal (2001) sobre a linguagem utilizada na internet: pontuação minimalista, abundâncias de siglas, e estrutura frasais pouco ortodoxas. Essas características linguísticas dizem respeito diretamente ao estilo do gênero textual post do *Pinterest*.

Então, embora haja diferenças estilísticas entre um post de um perfil empresarial e outro de caráter mais informal, é possível que, em algum momento, ambos os perfis utilizem recursos como siglas, por exemplo, devido a limitação de caracteres e as características de linguagem próprias da internet em detrimento a escrita convencional.

No que diz respeito ao conteúdo temático, de acordo Ribeiro (2009), esse elemento contempla, dentre outras características, os conhecimentos semânticos construídos nas práticas sociais. Logo, há uma diversidade de conteúdos temáticos no post do *Pinterest*. Nesse gênero, um autor pode publicar sobre dicas arquitetônicas para imóveis pequenos, outro autor pode publicar sobre ideias para otimizar o tempo no dia a dia, dentre uma infinidade de possibilidades de conteúdos temáticos.

Sobre a estrutura composicional, podemos sintetizar que é a forma arquitetônica que identifica e distingue o post de *Pinterest* de outros gêneros discursivos, como, por exemplo, a possibilidade de criar uma pasta e “pinçar” as melhores ideias sobre um determinado tema, como arquitetura e urbanismo, ou, ainda, ter a opção de salvar a publicação e seguir o perfil do

autor da postagem sem precisar ser redirecionado a um hiperlink específico sobre o perfil do autor.

É importante salientar também que o letramento digital é um requisito para melhor compreender o gênero discursivo supracitado anteriormente. De acordo com Marcuschi (2005), os principais desafios nos usos linguísticos das tecnologias residem nos aspectos relativos às novas estratégias de comunicação e às formas de uso, que se diversificam tanto na escrita como na relação interpessoal.

Há diversas ferramentas nos dias de hoje que foram completamente transformadas com o passar do tempo, ferramentas essas que possibilitam uma ampliação cognitiva em frações de segundo. O computador é uma dessas ferramentas que foram transformadas. Inicialmente foi criado com o propósito de fazer cálculos rápidos e precisos, porém, atualmente, o computador e a internet têm sido um dos maiores meios de comunicação do ser humano. A partir do advento da internet, surgiram vários gêneros textuais/digitais, e com o surgimento de vários gêneros emergentes faz-se necessário cada vez mais o letramento de tal gênero para que o usuário possa interpretar e/ou imergir nesse gênero.

Com isso, compreende-se que não existe um letramento no singular, mas letramentos no plural. E um dos letramentos bastante discutidos na década de 1960 e 1970, e até os dias de hoje, é o letramento digital. Para Coscarelli e Ribeiro (2005), letramento digital é “o nome que se dá a ampliação do leque de possibilidades de contato com a escrita também em ambiente digital (tanto para ler quanto para escrever)”. Portanto, a partir desse letramento é possível acessar um ambiente digital e compreendê-lo, porém, sabemos que no mundo digital há diversos gêneros digitais.

Uma vez que comentamos sobre a definição de gêneros discursivos, cabe-nos, agora, comentar um pouco sobre a plataforma do Pinterest, bem como apresentar o post do Pinterest. Para isso, destinamos a seção subsequente.

3- O PINTEREST: COMO ELE É?

O Pinterest foi criado nos Estados Unidos, em 2010, e atualmente é uma rede social onde pessoas de vários lugares do mundo compartilham conteúdos dos mais diversos temas.

Tais conteúdos são chamados “pins”, do inglês: *alfinete*, *pino*, *broche*, e apresentam ideias e temas diversos, como: moda, humor, saúde, e outros, para os usuários que buscam algum conteúdo do seu interesse. Além disso, os *pins* podem ser encontrados no site: <https://pinterest.com/> ou em aplicativos *mobile* (*smartphone* ou *tablets*).

Para se tornar um participante do Pinterest, o usuário precisa criar uma conta por meio de um e-mail Gmail ou por meio do Facebook. A Figura 1, a seguir, é um “screenshot” da plataforma Pinterest após a criação de um novo perfil. Depois das primeiras etapas, nome, idade etc., a última etapa é escolher os temas/tópicos de interesse para que a plataforma selecione automaticamente os melhores pins para aparecerem na tela inicial do usuário, a fim de serem visualizados, compartilhados, salvos, comentados, etc.

Figura 1 – Captura de tela do site br.pinterest.com



Os *pins* no Pinterest podem conter imagens estáticas, nos formatos PNG, JPG ou JPEG, e imagens com animações/movimentos, como é o caso do formato GIF, e é possível encontrar no Pinterest, além de imagens, gráficos, mapas, ilustrações, etc. O Pinterest é considerado uma rede social, pois nessa plataforma os participantes podem se inscrever gratuitamente e seguir outros usuários, publicar, compartilhar, salvar e comentar *pins* de outros participantes.

Os *sites* de redes sociais possibilitam diferentes mecanismos de resposta, como: comentar, curtir, compartilhar, reagir, comentar, etc. De acordo com Rojo e Barbosa (2015, p. 123), “essas publicações/respostas também podem ser multimodais: podem misturar diferentes linguagens (para além da verbal, vídeos, áudios, imagens de diferentes tipos, estáticas ou em movimento etc.)”. Assim sendo, concluímos que a plataforma é propícia para análise de textos multimodais e hipertextuais.

4 – O HIPERTEXTO E O PINTEREST

Xavier (2009) considera o hipertexto como um formato de texto pertencente a uma nova ordem mundial que ele intitula como Tecnocracia. Precisamente, ele considera o hipertexto como uma forma híbrida, dinâmica e flexível da linguagem que dialoga com outras interfaces semióticas, adiciona e condiciona à sua superfície formas outras de textualidade.

No hipertexto, a apreensão de sentidos não ocorre apenas pela leitura de palavras, mas há, em jogo, uma multissemiose em que junto às palavras há a presença de sons, gráficos, imagens intrinsecamente ligados entre si formando um todo significativo. Koch (2004) menciona Lévy (1993), que relata que o hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Esses nós vão desde palavras até imagens, por exemplo. Além disso, nesse formato de texto, o leitor passa a estar inserido nas principais discussões do mundo, uma vez que ele pode acessar informações de qualquer lugar do planeta em qualquer hora do dia. Essas características o fazem ser, sem dúvidas alguma, um texto revolucionário. Inclusive, Xavier (2009) menciona em seu texto estudiosos, como Theodore Nelson (1991), criador do termo hiperlink, que considera o texto eletrônico superior ao texto impresso. Por seu turno, há outros estudiosos, citados por Xavier (2009), como Foltz (1996), que defende ser ainda cedo tomar uma posição tão eufórica, como a de Nelson.



Certamente, o hipertexto digital é revolucionário. Contudo, conforme Koch (2007), o texto impresso segue sendo estável e paradigmático de tal modo que não se conseguiu inventar um vocabulário próprio para as práticas de leitura e escrita online. Por exemplo, nas práticas de leitura e escrita online seguem existindo as bibliotecas, pastas e outros nomes próprios da leitura impressa. Ademais, há muito tempo já existia hipertexto nos textos impressos, como a nota de rodapé. Pode-se dizer que o que diferencia o texto virtual do impresso é a conectividade. Conforme Xavier (2009 Apud Bolmer 1991), a conectividade é um princípio estruturante do hipertexto, o que permite pensá-lo como qualitativamente diferente do texto impresso, constituindo, assim, um potencial revolucionário. Xavier (2009) destaca que a principal inovação do hipertexto digital é transformar a deslinearização, a ausência de um foco dominante de leitura, em princípio básico de sua construção. Reitera-se também que essa deslinearização não é a ausência de ordem, pois existe um contínuo de linearidade no hipertexto.

Há, em várias pesquisas, como a de Rouet (1996), mencionadas por Xavier (2009), uma unanimidade em reconhecer a natureza não-linear do texto. Bolter (1991) assevera que o hipertexto é um texto aberto caracterizado pelo princípio da não linearidade. De outro modo, o hipertexto não impõe ao leitor uma ordem hierárquica a ser seguida. Antes, oferece ao leitor possibilidades e sugestões que ele pode seguir ou não. Essa não linearidade de construção pode tanto contribuir para aumentar as chances de compreensão do texto como pode fragmentar o texto de modo que o leitor fique desorientado. Com isso, essa fragmentação pode causar a dispersão do leitor e o abandono da leitura do texto.

Se, por um lado, o hipertexto pode dispersar alguns leitores, por outro lado, para aqueles cyberleitores mais experientes, o hipertexto apresenta uma forma de leitura chamada self-service. O internauta tem o “cardápio” oferecido pelos sítios digitais e é o indivíduo leitor que opta pelo que vai consumir. Conforme menciona Xavier (2009), isso representa a plenificação da palavra inteligência, que em sua etimologia tem o significado de ler entre as linhas.

Prosseguindo, alguns estudiosos apontam o enfraquecimento de autoria do autor, ou, ainda, a coautoria entre os escritores e leitores. Xavier (2009 Apud Snyder 1997) defende que o hipertexto obscurece os limites entre escritor e leitor. Há, no hipertexto, uma variedade de caminhos a serem seguidos. Desse modo, é praticamente impossível dois leitores escolherem os mesmos caminhos. Com isso, pode-se afirmar que cada leitura do hipertexto se torna única

e que exista uma coautoria entre leitor e escritor, uma vez que, motivado por suas escolhas, o leitor determina a versão final do texto; o que pode ir de encontro ao que foi proposto inicialmente pelo escritor.

Diante do que foi escrito, pode-se dizer que o hipertexto é um conjunto de nós ligados por elos. Esses nós apresentam-se de forma multissemiótica, uma vez que podem coexistir em um hipertexto gráficos, imagens, sons, etc. Tal pluralidade semiótica contribui para uma não linearidade do texto, de modo que cada leitor navega por caminhos diferentes, fazendo com que cada experiência de leitura seja única, sendo o leitor um coautor do hipertexto lido. Embora sempre tenha existido hipertexto nos textos impressos, a revolução dos hipertextos digitais consiste na conectividade, de modo que permite a virtualização do concreto, em oposição ao hipertexto impresso que concretiza o virtual.

5- ANÁLISE DOS DADOS

Conforme mencionamos anteriormente, propusemos analisar dois posts do *Pinterest* a fim de observar as características hipertextuais presentes nesse gênero digital, como a multimodalidade e os hiperlinks. Reiteramos que a escolha desses dados ocorreu com o intuito de observar diferentes temáticas dentro desse gênero textual.

O primeiro dado que analisaremos é o post do perfil intitulado *Dicas de Mulher*. No *Pinterest*, *Dicas de Mulher* conta com aproximadamente 1,9 milhões de seguidores, o que julgamos ser um alto grau de seguidores, e o que faz, conseqüentemente, o perfil ser altamente influenciador. Vejamos o print do post⁵ na Figura 2, adiante:

⁵ Para quem quiser vê-lo na íntegra, o link da publicação é <https://pin.it/4khpYrQ>

Figura 2 - Captura de tela do aplicativo Pinterest do perfil *Dicas de Mulher*



Embora o perfil supracitado tenha milhões de seguidores, curiosamente, a publicação analisada não possui nenhum comentário na plataforma do *Pinterest*. Talvez isso cause alguma estranheza se associarmos outras características de postagens de outras plataformas como o Instagram, em que o engajamento nos comentários é consideravelmente alto.

Porém, a proposta do *Pinterest*, em poucas palavras, é ser uma espécie de quadro de inspirações e ideias onde são armazenadas ou fixadas “pin”, os posts que mais nos agradam. Assim sendo, os comentários, embora sejam parte da plataforma, e ocorram em várias postagens, não é o principal intuito dessa rede social. Naturalmente, isso não faz do *Pinterest* menos social que outras redes.

Particularmente, neste post, destacamos duas características bem comuns aos gêneros digitais. Reiteramos, que nesse post há diversas características hipertextuais dos gêneros discursivos digitais, mas optamos por destacar apenas duas dessas características para que na análise do outro dado possamos explorar melhor outras características. Assim, a primeira característica que gostaríamos de analisar é a presença da multimodalidade. Antes, contudo,



destacamos, com base em Dionísio (2011), que os gêneros textuais, sejam eles digitais ou não, são a materialização de ações sociais que também são multimodais.

No post do perfil *Dicas de Mulher* nota-se o recurso da multimodalidade, dentre outras coisas, pois há a presença de, no mínimo, duas modalidades diferentes: o texto escrito e o texto visual. A autora da publicação utiliza o recurso verbal para mencionar o objetivo do post: 70 dicas para cozinha pequena. Prosseguindo, ela sintetiza o texto escrevendo que para ajudar o leitor a decorar a cozinha pequena, ela lista dicas e fotos inspiradoras. As fotos são um recurso visual, ou seja, outro recurso multimodal, que compõe e estabelece sentido para o texto junto aos recursos orais.

A presença de diferentes modalidades semióticas é comum aos gêneros discursivos digitais e é definido por Koch (2004) como multissemioses. Para ela, as multissemioses são uma das principais características do hipertexto digital e possibilita a absorção de diferentes aportes sígnicos e sensoriais num mesmo plano de leitura.

A multimodalidade entre recursos visuais e verbais ocorre durante todo o post do Pinterest. Em sua estrutura composicional, o post do *Pinterest* apresenta sempre um recurso visual que funciona como uma espécie de capa da postagem e, imediatamente abaixo, o título da postagem e um breve resumo sobre o conteúdo. Essa relação entre imagem e texto facilita a compreensão e construção do sentido por parte do leitor. Por exemplo, ao postar sobre dicas de cozinhas pequenas, o recurso semiótico visual é fundamental para se compreender o que a autora da publicação escreveu.

Prosseguindo, há hiperlinks em toda a construção do post. Os hiperlinks também são características dos textos impressos, mas, nos gêneros digitais, os hiperlinks possibilitam a virtualização do que é concreto, disponibilizando, por meio da alta conectividade presente nas mídias digitais, o acesso a vários textos. Inclusive, pesquisadores como Theodore Nelson, criador do termo hiperlink, atribui aos textos digitais uma superioridade em relação aos textos impressos, devido ao que foi escrito anteriormente. Contudo, essa questão não é unânime entre os estudiosos da área textual.

Nos textos digitais, ou hipertextos, não há um fluxo linear como ocorre nos textos impressos. Segundo Koch (2004 Apud Santaella 2001), nos hipertextos a linearidade é rompida

em unidades ou blocos de informação. Com isso, é os hiperlinks que vai ser o elo que ligará um bloco de informação ao outro.

Poderíamos discorrer sobre muitos hiperlinks contidos na publicação em análise. Mas, para simplificar o texto, analisaremos a presença de um, dentre os vários hiperlinks. Ao analisar o post, vemos que há uma imagem e um texto escrito com título e resumo que apresentam ao leitor um panorama sobre o post. Vale mencionar que os leitores podem aprofundar mais sobre a publicação ao clicar no hiperlink “ler mais”. Imediatamente após clicar nesse hiperlink, o leitor é direcionado a um site de domínio do perfil *Dicas de Mulher* com o endereço digital que leva o mesmo nome do perfil do Pinterest, em que há a presença de um texto elaborado sobre o assunto.

Nesse site, o leitor se depara com novos hiperlinks diferentes da postagem do Pinterest. Por exemplo, há um hiperlink que diz respeito à autora da publicação, Sheila Almendros, e ao clicar nesse nome, o leitor tem um resumo sobre a vida profissional da autora.

Com o que foi descrito nos parágrafos anteriores, pode-se afirmar que os hiperlinks possibilitam a entrada e acesso a novos textos. Inclusive, Koch (2004) afirma que os links funcionam como porta de entrada para outros espaços. Assim, em um primeiro momento, o leitor que antes estava na plataforma do *pinterest*, por meio de hiperlinks contidos no post pode ser direcionado a diferentes domínios além da plataforma em questão. Por fim, gostaríamos de relatar que, conforme aponta Koch (2004), há hiperlinks fixos e móveis. No que se refere ao post do Pinterest, esses hiperlinks são fixos, uma vez que ocupam um espaço estável e constante na publicação do post.

O segundo dado que analisaremos é um post do perfil ATM ONLINE, intitulado: “Como ler melhor: 9 dicas para aproveitar mais seus livros”. Diferentemente do primeiro post analisado, este post contém alguns comentários curtos, como: “*Adorei*” e “*Muito bom*” e mais longo, como: “*Nossa! Eu achei incrível! Estou lendo um livro agora que comprei que traz conteúdo mesmo para estudantes de tecnologia. E depois dessa dica, não posso deixar passar nada pq eu quero absorver o que for preciso! Obrigado:)*”.

Segue, abaixo, como ilustra a figura 3⁶, a captura de tela do site Pinterest.

Figura 3 – Captura de tela do Perfil ATM ONLINE



A hipertextualidade contida na figura 3 está intrinsecamente ligada ao que Koch (2007, p. 25) conceitua como hipertexto: “uma escritura não-sequencial e não-linear, que se ramifica de modo a permitir ao leitor virtual o acesso praticamente ilimitado a outros textos”. Neste post, o leitor consegue visualizar textos verbais e textos não verbais (o notebook, a mesa, o mouse) que apontam para uma multissemiótica, outra característica da hipertextualidade.

Ao passar o cursor do mouse sobre a imagem, o usuário tem acesso a um hiperlink que o (re)direcionará para a página criada pelo perfil ATM ONLINE com as 9 dicas⁷ para ler e entender o livro.

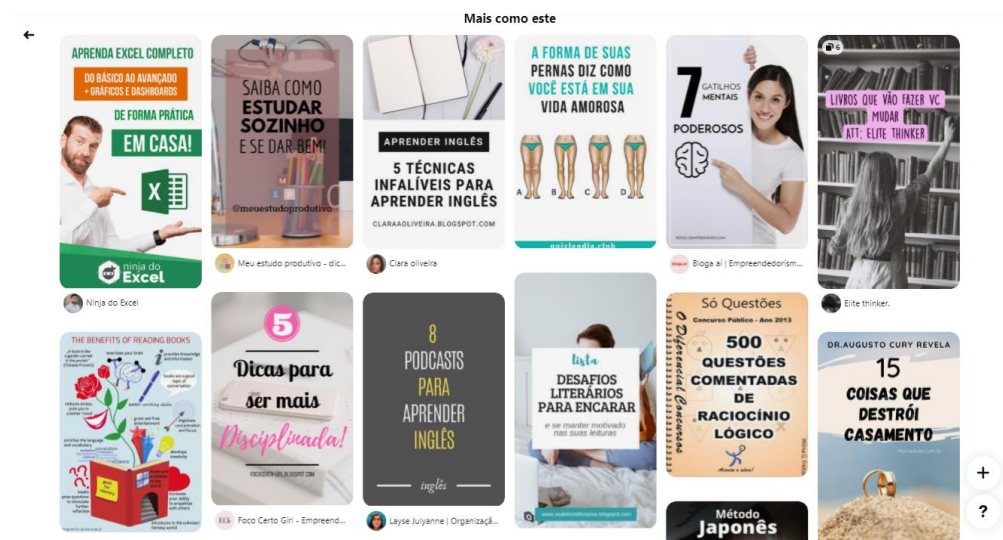
Além dos hiperlinks, da multissemiótica e da volatilidade, é possível observar neste post outra característica hipertextual, a saber: o self service (Figura 4). Se o leitor estiver procurando por este post na ferramenta de pesquisa do site e não se agrada dele, mas quiser visualizar

⁶ Para os que se interessarem em visualizar melhor o post (caso ainda esteja na página), o link é: <https://br.pinterest.com/pin/28429041387172558/>

⁷ caso o leitor fique curioso para saber quais são as 9 dicas, segue o hiperlink proposto no post: <https://www.amtonline.com.br/2020/01/como-ler-melhor-dicas-livros.html>.

outros posts semelhantes basta, descer a barra de rolagem e visualizar o que Xavier (2005) denomina “uma leitura self-service”, em que o leitor explora os hiperlinks disponíveis no “cardápio” digital segundo os seus interesses e suas próprias vontades.

Figura 4 – Captura de tela do site Pinterest no modo “Self-service”



Como se observa na figura acima, a variedade de hiperlinks gerados a partir do post “9 dicas para ler e entender um livro” é enorme, pois esses que visualizamos na figura 4 são apenas alguns que puderam ser capturados. A partir disso, destaca-se uma das possíveis consequências que Xavier (2009) aponta para o usuário/participante do leitor de hipertextos: um “afogamento” do leitor no oceano de informação.

Conforme o autor, uma das consequências da multimodalidade hipertextual é, para alguns, o afogamento/asfixia do leitor provocado pelo excesso de informações. Apesar disso, Xavier pontua que pessoas sérias e honestas que influenciam e compartilham boas ideias com hipertextos continuarão a existir e o leitor “terá participação na constituição do seu saber pela maior construção do sentido do hipertexto que vier a ler, já que poderá verificar imediatamente o grau de veracidade ou fundamentação de certos argumentos” (XAVIER, 2009, p. 179).

6- CONSIDERAÇÕES FINAIS

O post do *Pinterest* é um gênero discursivo emergente das mídias digitais com um alto número de usuários. Como relatado no início deste trabalho, são quase 400 milhões de usuários ativos ao redor do mundo. Esse gênero possui um estilo aberto que permite o uso de variadas linguagens de acordo a intenção do autor da publicação. O conteúdo temático é diversificado, considerando a abrangência de comunidades sociais que utilizam a plataforma do *Pinterest*. O post dessa plataforma possui uma estrutura composicional que o difere de outros suportes e gêneros, como a possibilidade de salvar a publicação em pastas específicas.

O nosso objeto de pesquisa é oriundo de uma nova forma de produção e circulação de texto em que as telas são o suporte para os novos gêneros emergentes. Como Menciona Roxo (2013 Apud Chartier 1988), esse suporte permite manuseios e intervenções do leitor com mais liberdade do que os suportes impressos. Essa nova forma de produção de texto envolve algumas características hipertextuais comuns a esses gêneros emergentes e que encontramos em nossa análise sobre o post do *Pinterest*, como a multissemiose (Koch 2004), considerando os diversos aportes sígnicos que contribuem para a construção de sentido do enunciado. Em toda a estrutura composicional do post, nota-se a presença de hiperlinks que possibilitam ao leitor acessar diferentes textos além da publicação.

Por fim, considerando as diversas possibilidades que o leitor tem para acessar e construir o sentido do enunciado do post do *Pinterest*, pode-se dizer que cada experiência de leitura nesse gênero é única, própria, individual, pois cada leitor trilhará seu próprio caminho de leitura; é o que Xavier (2009) considera como leitura self-service. Essa característica, tão presente nos textos digitais, pode favorecer aos web leitores mais experientes, mas pode ser um entrave para aqueles leitores menos familiarizados com essa forma de produção de texto, pois ele pode se perder na diversidade de links e acabar navegando por hiperlinks que não corroboram com a publicação inicial. É o que Xavier (2009) considera como um afogamento do leitor.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. *In: Estética da criação verbal*. Introdução e tradução de Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

DIONISIO, Angela. Gêneros textuais e multimodalidade. In: KARWOSKI, Acir, GAYDECKZA, Beatriz & BRITO, Karim (org.) *Gêneros Textuais: reflexões e ensino*. São Paulo: Parábola, 2011.

DUARTE, Fernando. Brasil é 'vice' em tempo gasto em redes em ranking dominado por 'emergentes'. 6 de set. 2019. *Folha de São Paulo*. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/nerdices/2019/09/brasil-e-2o-em-ranking-de-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.shtml>. Acesso em: 10 jun. 2021.

KOCH, Ingedore. G. V. Hipertexto e construção de sentido. *Alfa*, São Paulo, v. 51, n. 1, p. 23-38, 2007.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

ROJO, Roxane. Gêneros discursivos do Círculo de Bakhtin e multiletramentos. In: ROJO, Roxane (Org.). *Escol@ Conectada: os multiletramentos e as TICs*. São Paulo: Parábola, 2013.

ROJO, Roxane; BARBOSA, Jaqueline Peixoto. *Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos*. São Paulo: Parábola, 2015.

XAVIER, Antonio. Carlos. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez, 2009. p. 170-180.