



Enunciação em meios digitais

Lucia Teixeira *

Karla Faria **

Sandro Torres de Azevedo ***

Resumo: O artigo apresenta duas contribuições teóricas e analíticas, que demonstram a necessidade de reconceber a herança greimasiana para explicar a complexidade das relações enunciativas convocadas pela cibercultura. Na análise de jornais digitais, as estratégias enunciativas, ao debrear as categorias de pessoa, tempo e espaço no discurso, acolhem as experiências descentradas e não-lineares de espaço e tempo e a multiplicação de subjetividades. O leitor de jornais digitais não só comenta notícias, mas as faz circular em redes sociais e chega mesmo a produzi-las e enviá-las para publicação. Os papéis de enunciador e enunciatário perdem sua configuração clássica, pois não se trata mais da reversibilidade de papéis prevista em qualquer ato enunciativo, mas de um deslocamento das funções originais de cada uma dessas posições discursivas, tradicionalmente correspondentes às instâncias de produção e recepção do discurso. Propõe-se o conceito de proto-enunciador para designar os múltiplos papéis exercidos pelo enunciador do jornalismo disseminado na rede digital. Já a análise da cena comunicativa estabelecida nas experiências vividas em ações publicitárias que se utilizam dos recursos tecnológicos da realidade aumentada permite identificar um processo complexo de confusão entre os mecanismos de debreagem e embreagem, tais como o define a semiótica discursiva, pois a sobreposição das categorias de pessoa, tempo e espaço, numa zona que hibridiza o concreto e o virtual, tanto projeta o sujeito no enunciado quanto neutraliza essa projeção, ao fazê-lo retornar à enunciação. O mecanismo de projeção de categorias enunciativas nesse objeto foi nomeado multibreagem.

Palavras-chave: enunciação, proto-enunciador, multibreagem

Introdução

No célebre artigo publicado na revista *Significação* (Greimas, 1974), Greimas, ao falar das relações entre enunciado e enunciação, cunhou a frase que passaria a ser, ao longo dos últimos anos, a «divisa dos semióticos», na expressão de Jean-Marie Floch – “Hors du texte, point de salut!”. Mal interpretada ou lida com a má vontade da crítica ligeira, a frase serviu para atribuir à semiótica um descaso com o que se chamava “contexto” ou, mais largamente, com a história. Tudo isso já foi suficientemente discutido e revisto, sendo exemplar a esse respeito o artigo de Fiorin (2011), “Se-

miótica e história”, em que, “fazendo uma incursão pelas proposições de Hjelmslev, [o autor] mostra que a historicidade do texto é examinada pela Semiótica sob o princípio da forma e não como um conjunto anedótico de dados sobre as condições de produção”.

Não é sem razão que iniciamos um artigo sobre enunciação, num número dedicado a Greimas e seu centenário, com essa lembrança. O texto famoso, “L'énonciation: une posture épistémologique”, originalmente uma aula dada em Ribeirão Preto, em que respondia às inquietações de dois semióticos a quem os estudos brasileiros devem muito, Edward Lopes e Ignácio Assis Silva, discutia, com certa graça e entusiasmo

* Professora Titular da Universidade Federal Fluminense (UFF) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Semiótica e Discurso (SeDi). É pesquisadora 1-C do CNPq e foi presidente da Associação Brasileira de Estudos Semióticos (ABES) até agosto de 2017. Endereço para correspondência: { luciatso@gmail.com }.

** Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal Fluminense (UFF). É professora de espanhol da Fundação de Apoio à Escola Técnica do Estado do Rio de Janeiro (FAETEC). É membro do Grupo de Pesquisa em Semiótica e Discurso (SeDi). Endereço para correspondência: { kcafarria@gmail.com }.

*** Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal Fluminense (UFF) e vice-líder do Grupo de Pesquisa em Retórica do Consumo (ReC) e do Grupo de Pesquisa em Direito, Mídia e Sociedade (DIMIS). É membro do Grupo de Pesquisa em Semiótica e Discurso (SeDi). Endereço para correspondência: { sandrotorres@gmail.com }.

científico, “a dicotomia enunciação/enunciado”, abordando em certos trechos, com notável ênfase, questões relativas ao sujeito que enuncia e que não poderia ser, para um semiótico, um ser considerado ontologicamente, sociologicamente ou mesmo historicamente, mas um jogo linguístico e discursivo de projeções e relações. Em certo momento, dizia Greimas: “o sujeito da enunciação não é jamais apreensível e todos os eu que vocês acham no discurso enunciado não são sujeitos da enunciação, são simulacros. Daí a dificuldade e o problema que é perguntar em termos tão ingênuos: quem fala no discurso?” (Greimas, 1973)¹.

Mais adiante, Greimas faz uma afirmação que nos parece fundamental e pouco lembrada: «A enunciação parece-me o lugar daquilo que Jakobson apresentou de uma maneira muito interessante, o lugar da embreagem, dos *shifters*, algo que ainda não foi estudado nem analisado suficientemente” (Greimas, 1973).

Tendo adotado o modelo do percurso gerativo de sentido, a semiótica concebe a enunciação como instância de passagem das estruturas sêmi-narrativas, mais abstratas e profundas, ao nível discursivo, mais concreto e superficial. Não se tratando aqui de repensar historicamente o conceito, mas de mostrar que ele se alargou para dar conta de novos objetos e de avanços teóricos, não se pode deixar de recuperar a ideia das operações enunciativas de debreagem e embreagem que dão forma ao ato de pôr em discurso as estruturas fundamentais e narrativas e estabelecem o primado das operações sobre os termos, como bem lembrou Denis Bertrand (2003). Na debreagem, a projeção das categorias de pessoa, tempo e espaço institui um *eu* ou um *ele* enunciados, já diferentes do *eu* da enunciação, projetados no texto como simulacros. Na embreagem, há uma operação de retorno à enunciação, que neutraliza a oposição entre atores, tempo e espaço do enunciado e os da enunciação (cf. Barros, 1988, p.77). A título de ilustração, na seguinte passagem do discurso do ex-Presidente Lula, em 12 de julho de 2017, temos bons exemplos de debreagem e embreagem:

[...] entrou a situação da operação lava-jato. E desde a véspera da eleição, eles vêm com uma conversa de que o Lula e a Dilma sabiam. E eu sempre muito tranquilo, porque a gente pode mentir pra vocês, a gente pode mentir pra mulher da gente... mas a gente não pode mentir nem pra Deus e nem pra gente mesmo. (Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/v/veja-a-integra-do-discurso-de-lula-apos-denuncia-do-mpf/5309023/> Acesso em 12 jul 2017)

Temos aqui a debreagem de 1ª pessoa, marcada no pronome *eu*, e também a clássica embreagem, muito comum na fala de pessoas públicas, em que o eu que fala se nomeia como uma terceira pessoa (“O Lula e

a Dilma sabiam...”). Há também a utilização de um “a gente”, expressão coletiva que designa a 3ª pessoa, aqui configurando uma 1ª pessoa, confusamente associada a um eu ou a um nós, e mesmo a um impessoal genérico. Tal exemplo, que nos serve aqui somente para mostrar a complexidade que a língua em uso oferece ao analista, introduz o problema a ser considerado quando passamos a examinar textos sincréticos, manifestados em diversas linguagens, submetidos a uma instância enunciativa que lhes dá a qualidade de unidade de sentido. Mais complexos ainda são os objetos mais contemporâneos como os enunciados veiculados pela web, que não só se apresentam como unidades sincréticas, mas sobretudo como textos em movimento, que não podem ser medidos em número de páginas, tempo de execução ou suportes espaciais delimitados.

Para falar de enunciação em manifestações digitais será preciso acionar os mecanismos da lembrança e do esquecimento: lembrar dos estudos sobre enunciação na linguagem verbal, esquecê-los, reprocessar a lembrança e dar nova forma ao conhecimento teórico. Pensar então naquilo que é próprio da enunciação – a pessoa, o tempo, o espaço – e naquilo que é próprio da internet – a imagem, o texto, o som, o ritmo marcado por incompletude e continuidade – é o desafio para uma semiótica que pretenda pensar a enunciação fora dos quadros da análise de textos verbais, ainda que não podendo prescindir dessa experiência teórica.

Fontanille já alertava que, mesmo nos limitando ao “texto” midiático (por exemplo, uma notícia num site de jornal), não é possível excluir os objetos-suporte e as tecnologias que os acolhem, as práticas leitoras que os determinam, as estratégias de edição, os valores e identidades de marca que os subsumem (Fontanille, 2015).

A característica multilinear do hipertexto levanta um problema interessante, pois impossibilita a circunscrição do enunciado, de modo que múltiplas leituras são possíveis porque muitos enunciados são possíveis. Na Web, cria-se uma indefinição quanto à unidade textual, na medida em que um ponto qualquer do hipertexto pode acessar praticamente qualquer outro ponto de qualquer outro hipertexto, não importam suas diferenças em termos de gênero, estilo, enunciatário etc. Pode-se dizer que há uma intertextualidade constitutiva do enunciado traduzida numa potencialidade aberta pelo enunciatário a ser atualizada num determinado percurso de leitura pelo enunciatário. O que se tem então, nesse caso, não é mais uma enunciação pressuposta que se mostra a partir de marcas deixadas no enunciado, mas sim uma enunciação que se constrói enquanto enuncia, isto é, como práxis enunciativa. Essa ideia é central na chamada semiótica tensiva (Fontanille; Zilberberg, 2001; Zilberberg, 2011),

¹ Estamos utilizando a versão transcrita do curso ministrado por Greimas, indicada nas referências.

preocupada em dar conta do fato de que, além de criar o enunciado, o ato de enunciar cria a própria enunciação. Explica José Luiz Fiorin:

Os usos sedimentados, resultantes da história, determinam todo ato de linguagem. O enunciador, no momento da enunciação, convoca, atualiza, repete, reitera um “já dado” (gêneros, modos de dizer etc.), mas também o revoga, recusa-o, renova-o e transforma-o. Há um domínio do impessoal que rege a enunciação individual. É preciso ficar claro, no entanto, que, muitas vezes, a enunciação individual insurge-se contra esses modos de dizer sedimentados, dando lugar a práticas inovadoras, que criam significações inéditas. Esses enunciados, assumidos, por sua vez, pela prática coletiva, podem consolidar-se em novos usos, que, por sua vez, podem ser eliminados. (Fiorin, 2010, p. 62)

Se a práxis enunciativa na web pressupõe uma incompletude que vai sendo preenchida de sentidos pelos caminhos de leitura e interação escolhidos por um enunciatário difuso e pouco controlável, é preciso observar que, por outro lado, a abertura ilimitada do hipertexto é, de fato, muito mais teórica que prática. É improvável que a partir de um site dedicado à pesquisa sobre música de câmara tenhamos acesso a um site de namoros e vice-versa. Esse fato apenas indica que, embora seja teoricamente possível um espaço web ilimitadamente aberto, a tendência predominante é a de que se criem espaços delimitados em torno de temas e de enunciatários. Por essa razão, instalam-se práticas semióticas diferenciadas, consideradas a partir de estratégias enunciativas próprias. O analista não se prende mais a um texto materialmente delimitado, mas a textos possíveis, marcados por percursos, por adesões a certos programas de navegação e recusa de outros: “o leitor estabelece uma relação muito mais intensa com um programa de leitura e de navegação que com uma tela” (Levy, 1996, p. 42).

As possibilidades oferecidas a partir de um hipertexto, embora surpreendentes, não são infinitas. Os nós e conexões são previsíveis e é isso que pode se tornar o objeto de descrição. Não se pode definir o texto a ser constituído pelo leitor, mas se podem examinar as conexões previstas, as digressões e retornos possíveis, os pontos de chegada e de dispersão.

Neste artigo, trazemos duas contribuições de análises que se debruçaram sobre enunciados produzidos na internet. A primeira examina o jornal *O Globo* on-line e mostra as delegações enunciativas que um enunciador de enorme poder e alcance, denominado proto-enunciador, promove em textos que circulam em diferentes suportes e situações, destinados a públicos variados. A segunda estuda manifestações de

realidade aumentada em peças publicitárias e cunha o conceito de multibreagem, para dar conta da organização dos procedimentos de embreagem e debreagem implicados na prática.

1 O proto-enunciador e a configuração da notícia

Ao analisar a trajetória da notícia que, publicada no jornal *on-line*, é comentada e também compartilhada em redes sociais, espalhando-se em espirais, com grande circulação em pouco tempo, e consolidando novas redes enunciativas, o trabalho de Faria (2014) mostra os mecanismos enunciativos de produção e circulação da notícia, centrando-se no jornal *O Globo*. Os recursos disponibilizados pela internet constituem um novo modo de fazer notícia, o da notícia se fazendo, do repórter buscando o desdobramento dela no ar, na rede, o modo da correção imediata, do acréscimo contínuo, responsável por configurar uma articulação maior do jornal com a incompletude do mundo.

Na publicação impressa, o leitor também interage, mas em menor intensidade. Lê e pode opinar, mas, para isso, terá que enviar carta ou e-mail para a redação e aguardar a publicação em edições posteriores. O jornal impresso também não tem como avaliar imediatamente a repercussão de determinada notícia, a não ser com as pesquisas realizadas junto aos leitores. Já no jornal *on-line*, a interatividade é utilizada para prender a atenção do leitor enquanto ele lê, ao mesmo tempo que a notícia está sendo divulgada, o que cria não só o efeito de simultaneidade entre o tempo do acontecimento e o tempo do narrado, mas também um simulacro de que o enunciatário, ao construir o enunciado em conjunto com o enunciador, alcança o estatuto de produtor do discurso.

Se há uma gradação na forma de interação do jornal impresso ao *on-line*, este último apresenta ainda propostas com graus de participação diferentes. A partir dessas estratégias, o jornal pode avaliar o que pensa o leitor e também perceber aquilo que é de seu interesse. As enquetes publicadas em diversos jornais *on-line* buscam depreender a opinião dos leitores sobre temas variados. A partir de uma pergunta, com um simples mecanismo de alternativas com respostas pré-estabelecidas, o leitor deixa registrada sua opinião, muitas vezes bastante diferente daquela promovida pela linha editorial da revista ou do jornal, como é o caso de recente pesquisa da revista *Veja* (cf. Tabela 1):

Na sua opinião, o que o destino reserva ao ex-presidente em 2018?

27% Ele será preso

73% Ele será eleito presidente de novo

151.580 VOTOS

Tabela 1: Disponível em: <http://veja.abril.com.br/politica/enquete-lula-sera-presou-presidente/>. Acesso em 12 jul 2017.

O compartilhamento das notícias em redes sociais é outra estratégia de interação importante no jornal *on-line*. O leitor pode recomendar a leitura de uma reportagem a partir de um comando sugerido pelos ícones das redes sociais mais acessadas. Essa ação possibilita uma participação mais intensa do internauta, que transporta da página do *on-line* para a

sua própria uma notícia. Com alguns cliques, o leitor “curte” e publica, com ou sem comentários, a notícia em seu mural da rede social, revelando seu modo de pensar e exercitando concretamente sua competência de co-enunciador. Veja-se exemplo (cf. Figura 1) recente transcrito da página da rede social facebook do jornal *O Globo*:



Figura 1: Printscreen da tela do Facebook da página *O Globo* (<https://www.facebook.com/jornaloglobo/>). Acesso em: 24/8/2017

No espaço destinado aos comentários, na página do próprio jornal, o leitor sente-se confortável para opinar, muitos com indignação, outros com ironia ou ainda com mensagens de conforto para os familiares (Cf. Tabela 2):

“De quem é a responsabilidade Capitania dos Portos e Marinha, será que esses donos aí dessas embarcações não dão um por fora para se livrar da fiscalização?”

“Mais seguro que viver no Rio então.”

“Que Deus dê conforto aos familiares”

Tabela 2: Formulação nossa a partir dos comentários recolhidos.

Em 52 minutos a publicação tinha 29 compartilhamentos, ou seja, leitores republicaram em suas páginas pessoais o link da matéria. As pessoas da rede social de quem divulga o link podem ler, curtir, comentar e compartilhar a notícia em seus murais e esta terá, na rede, em espirais de circulação que se multiplicam, uma difusão que não é possível no jornal impresso. Nesse tipo de mecanismo, o jornal perde o controle do que publica e o sentido previsto pode se perder até o “sem sentido”. Assim, o compartilhamento comentado da foto de um político no congresso pode chegar a bizarrices que esvaziam o contexto de circulação do evento e o jogam em espaços semânticos de rebaixamento e pornografia, por exemplo.

O compartilhamento, inserido na prática semiótica do acesso às redes sociais, faz com que o leitor crie nova rede enunciativa, em que a notícia se transforma em postagem e ganha, com isso, alcance diferente. Um novo enunciado se produz, e a notícia não vale apenas como informação, mas como ilustração, confirmação ou expressão de um ponto de vista, que passa a ser comentado e novamente compartilhado.

O movimento também é inverso. Um leitor pode chegar ao jornal a partir da chamada publicada no mural de um amigo na rede social. As grandes empresas jornalísticas têm suas páginas nas redes sociais e delas se utilizam como estratégia de difusão em larga escala, em um curto espaço de tempo, de notícias, colunas, fotos etc. A página de *O Globo* no *Facebook*, com linguagem mais coloquial do que a usada na página de *O Globo On-line*, gera uma aproximação com o internauta. Recursos de emprego da segunda pessoa, uso de expressões coloquiais, perguntas diretas, próprios de uma enunciação com marcado grau de subjetividade, estabelecem um contrato de aproximação entre enunciador e enunciatário, de modo geral. No dia 12 de julho de 2017, haviam os seguintes dados sobre o acesso à página (cf. Tabela 3):

Comunidade



Convide seus amigos para curtir esta Página



5.450.782 pessoas curtiram isso



5.326.904 pessoas seguem isso

Tabela 3: Disponível em: <https://www.facebook.com/jornaloglobo/>. Acesso em: 12 jul 2017.

Considerando que, de acordo com pesquisa divulgada na página *Poder 360* (<https://www.poder360.com.br>), *O Globo* circulava, nos meses de janeiro e fevereiro de 2017, em 149 mil cópias impressas e 92 mil assinaturas digitais, o número de mais de 5 milhões de seguidores no *facebook* é impressionante (em abril de 2016, eram 102 milhões os brasileiros com acesso ao facebook).

O monitoramento das redes sociais, além de ser um termômetro para o jornal, com um retorno imediato da repercussão de determinadas notícias, também pode trazer sugestões de pauta. Um comentário e/ou a publicação de um leitor na página do jornal, ou em outra que tenha muitos compartilhamentos, pode gerar uma matéria ou artigos de opinião.

As redes sociais possuem um papel essencial na configuração do jornalismo, pois tiram o jornal da esfera de seu próprio controle e disseminam, fazem circular, repercutem, tensionam, alargam, criticam o noticiário. Isso abre o jornal para um novo público, que não é necessariamente leitor de nenhuma das versões dele, mas representa um novo espectro de público, que passa a ler nas beiradas, nos transbordamentos, nos desdobramentos que já não são mais a notícia, mas a notícia e sua crítica, a notícia e sua contestação, a notícia e seu redimensionamento, a notícia e seu deslizamento para outros campos do sentido.

Outra forma de interação prevista na rede é o chamado jornalismo colaborativo. Seção pioneira desse tipo de interatividade com o leitor foi criada pelo jornal *O Globo*, com o nome de «Eu-repórter» (<https://oglobo.globo.com/eu-reporter/>). Nela o jornal convoca o leitor, em um tom informal, a participar de sua construção, enviando flagrantes do cotidiano que possam virar notícias:

Aqui, é você quem faz a notícia. Essa é a regra do Eu-repórter, a seção de jornalismo participativo do GLOBO que abre um espaço exclusivo para o que faz diferença no seu dia a dia: de denúncias contra irregularidades no trânsito ao desvio de verbas destinadas a obras públicas, passando pelo metrô lotado (vale uma foto, hein?) e o preço do estacionamento do aeroporto que não para de subir (que tal clicar a plaquinha com os valores?). Tudo isso com o reforço de uma equipe de repórteres que, na redação, seleciona, checka e organiza o material recebido, prestando um serviço a todos os leitores a partir da sua denúncia.

Disponível em: <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/eu-reporter-veja-como->

transformar-seu-flagrante-em-noticia-3214613 Acessado em: 02/02/2014.

Ainda que a seção hoje já não exista com tanta força, tendo sido suplantada pelas mensagens instantâneas do *WhatsApp*, funciona aqui como modelo de um tipo de relação de intimidade e cumplicidade com o leitor alimentada pelas publicações on-line e as redes sociais. Os flagrantes capturados pelos leitores são importantes para o jornal, seja porque eles estão em lugares em que o jornal não está, ampliando o espaço de cobertura dos acontecimentos, seja porque, ao mandar a foto e os dados do flagrante, os leitores sugerem ao jornal uma indicação de pauta. Se for de interesse do jornal, a “equipe de repórteres” selecionará, conferirá e organizará as informações, dando-lhe formato de notícia. O anúncio que abre a convocação, “aqui, é você quem faz a notícia”, não passa de um simulacro. O leitor enviará o flagrante, mas ela passará por filtro e nova redação. O narrador repórter dá voz ao leitor, através do discurso direto, conferindo ao texto efeitos de realidade e reafirmando a participação dele na construção da notícia.

Essa seção de *O Globo* revela outro modo de fazer jornalismo, possível, principalmente, por avanços tecnológicos como os *smartphones* e a internet 4G, que permitem a participação do cidadão, embora mediada pelo enunciador que seleciona e julga a pertinência da publicação. Em geral, a postagem do leitor nessa seção se refere a denúncias de situações públicas e ao desejo de melhorias sociais. São flagrantes e denúncias de lixo na rua, confusões de trânsito, falta de condições sanitárias, árvores sem poda etc.

A inter-relação entre as versões impressa e *on-line* também revela estratégias enunciativas do enunciador para captar a atenção do enunciatário dos jornais. Na seção “Dos Leitores” do jornal impresso, há a inserção de textos das seções que fazem parte da configuração do *on-line*.

Além das cartas e e-mails próprios do suporte impresso, o jornal traz para essa seção o “Eu-repórter” do *on-line* e seleciona “tweets” publicados em seu perfil na rede social *Twitter*, e outras postagens de redes sociais. Trazer para o impresso o que saiu *on-line* ou o que foi postado nas redes sociais é fazer uma realimentação dos diferentes canais de circulação da notícia.

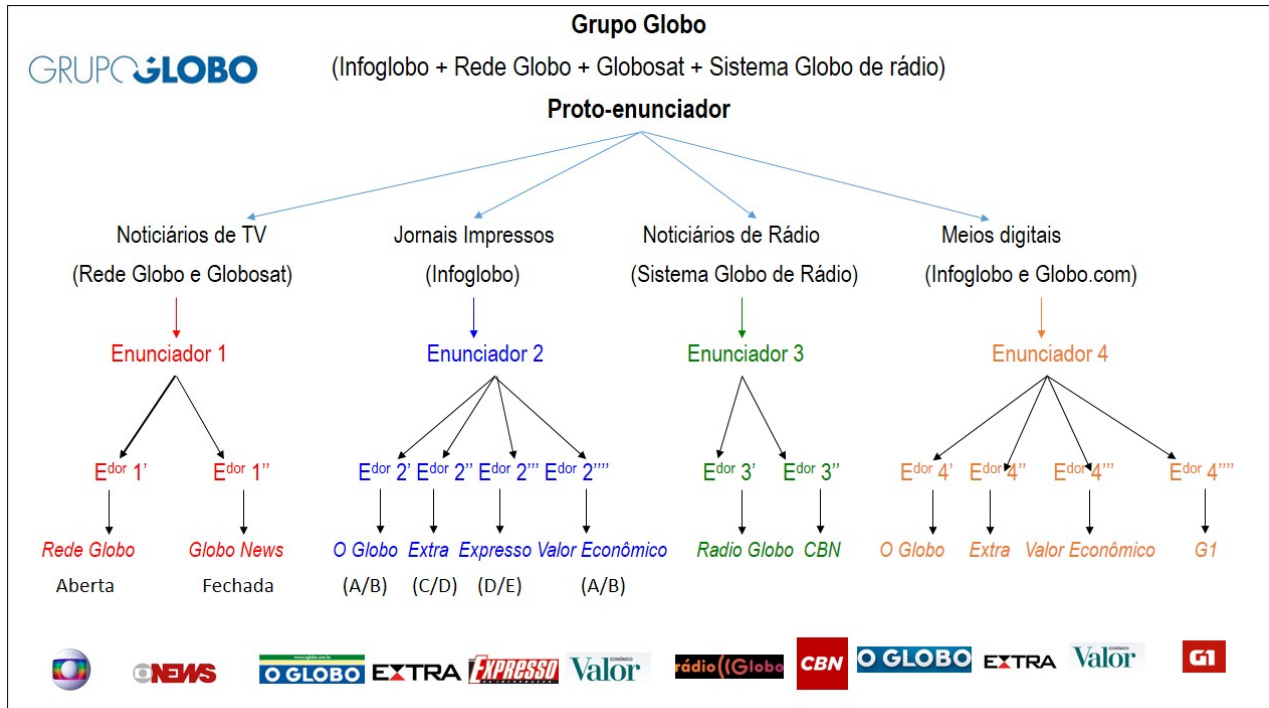
Ao trazer para o impresso a participação do leitor *on-line*, há uma defasagem de tempo entre o envio *on-line* e a publicação no dia seguinte, que mostra justamente que a notícia tem aqui menos importância que a criação de canais de comunicação com o leitor. O jornalismo procura, assim, exercer o controle de todos

os meios, selecionando e publicando o que julga razoável ou possível. Se o jornal parece render-se aos meios digitais, ele na verdade está se constituindo como um enunciador super-poderoso, que recolhe em si não só os diferentes narradores de gêneros jornalísticos mas os enunciadores dos diferentes formatos e suportes. Tudo estando submetido a esse enunciador encorpado e preenchido de vários papéis, a aparência de difusão, espalhamento e diversificação da informação se apresenta profundamente como concentração e controle exacerbados.

O Globo On-line é uma empresa pertencente ao grupo Infoglobo que configura a rede de maior poder midiático do Brasil, dominando todas as formas de jornalismo (imprensa, rádio, TV, internet), articulando-se em braços destinados não só aos diferentes interesses de leitura, mas aos diversos extratos sociais. Assim, além de *O Globo*, a empresa publica o *Extra*, o *Expresso* e o *Valor Econômico*, cada um destinado a camadas sociais diferentes e interesses setorizados. Às vezes, as mesmas informações circulam nos diferentes meios jornalísticos da empresa, que conta também com uma revista, canais de rádio e TV e meios digitais, adequando-se as narrativas ao perfil do meio e do público (cf. Figura 2).

Ao enunciador “todo-poderoso”, aquele que subsume todos os outros, chamamos proto-enunciador, nomenclatura adaptada do que Greimas e Courtès (2008) definiram como proto-actante, aquele que engloba as posições actanciais (actante, antiactante, negactante, negantiactante) (Greimas; Courtès, 2008, p. 394). Entretanto, a esse proto-enunciador não corresponde um proto-enunciatário, a não ser que este se configurasse como um ator bastante difuso. O que se percebe é que o enunciatário que corresponde ao proto-enunciador é sempre fragmentado e múltiplo e é justamente dessa caracterização que o proto-enunciador tira sua força e seu poder. Essa fragmentação pode surpreender o enunciador, pode, no limite, fugir ao seu controle, mas ele tem tido, em geral, meios de recuperar o controle, por mecanismos como repetição, rebaixamento ou ocultação de pontos de vista diferentes daqueles de sua linha editorial, seleção e editorialização de fatos etc.

Se o trabalho de Faria (2014) mostrou os desdobramentos de um enunciador poderoso, que delega, em cascata, enunciações particulares a desdobramentos discursivos de sua configuração social e política, Torres (2016) utilizou o conceito de multibreagem para analisar filmes publicitários produzidos com a tecnologia da realidade aumentada (RA).



Empresas do Grupo Globo



TV Globo	Globosat	Infoglobo	Globo.com	Sistema Globo de Rádio	Som Livre	Globo Filmes	Editora Globo	Zap
<ul style="list-style-type: none"> ● 5 emissoras próprias, empresas afiliadas e Globo Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> ● SporTV ● Globo News ● Multishow ● GNT ● Globob 	<ul style="list-style-type: none"> ● O Globo ● Extra ● Expresso ● Valor Econômico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Plataforma Digital de todas as empresas do grupo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Rádio Globo ● Globo ● CBN 	<ul style="list-style-type: none"> ● Área Musical (CD, DVD, Plataformas digitais e eventos) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cinema 	<ul style="list-style-type: none"> ● 16 revistas ● Editora de livros 	<ul style="list-style-type: none"> ● Portal de classificados

Figura 2: Elaboração nossa a partir dos dados encontrados nas páginas <http://grupoglobo.globo.com/> e <https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/institucional.aspx>.

2 A multibreagem na realidade aumentada

Foram examinados quatro eventos de grandes marcas (*National Geographic Channel, Linx, Disney e Heineken*) para análise dos mecanismos sintáticos e semânticos de projeção de pessoa, espaço e tempo. Vamos tomar aqui a peça publicitária do desodorante Linx (cf. Figura 3), da marca Unilever, no Brasil nomeado Axe, encenada na Victoria Station, em Londres, em março de 2011, para ilustrar a multibreagem de pessoa.

A narrativa é figurativizada em sintonia com a campanha publicitária promovida pela marca enunciadora, que reitera, em todos os meios de circulação, a isotopia da relação físico/extrafísico, natural/sobrenatural, humano/divino, principalmente por meio da figura do

anjo que nega sua pureza. O enunciador (*Linx*) projeta no evento um “narrador”, que se desdobra num interlocutor figurativizado na personagem do “anjo”.

O transeunte da estação de trens, público-alvo da ação de comunicação da marca *Linx*, dá corpo a um enunciatário no momento em que é capturado pelo evento, pondo-se, assim, a participar, como narratário, de um programa narrativo, que, por força da ação tecnológica do dispositivo de RA, obriga-o a se desdobrar num segundo nível: sua imagem “refletida” no telão o habilita, por fim, à interação com o “anjo” interlocutor de *Linx*.

O discurso enunciado na tela é construído “ao vivo” e espelha o plano capturado pela câmera, ao qual se somarão as imagens computacionais do “anjo”, ampliando a cena apreendida – daí a expressão ‘realidade aumentada’. Para isso contribuem a concretização

figurativa e a organização do plano da expressão:

1º) O *anjo* – o interlocutor se configura na forma de uma mulher sensual e extremamente bela segundo os padrões culturais contemporâneos reforçados pela mídia de massa. Esguia, magra, loira com cabelos compridos e ondulados, aparência juvenil, mas com atitude despida de inocência, refletida na indumentária exígua, que deixa as pernas, os braços e o colo à mostra, enquanto, apertada ao corpo, revela as curvas assinaladas por andar atrevido. Permanecem as asas icônicas da figura angelical, já que o seu halo é drasticamente atirado ao chão, indicando a postura resoluta em negar sua divindade em função do “Linx effect”. Pele alvíssima em harmonia com os cabelos claros e em mínimo contraste com a veste prateada e as asas brancas, a imagem do “anjo” ganha luminescência, o que diminui os problemas com qualquer diferença cromática que venha a existir entre ela e o cenário (de iluminação variada, segundo as fases do dia e da noite) constituído pela estação de trens. Seu andar se enquadra no espaço que circunscreve o *box* com a logomarca *Linx* no chão, de modo a criar o efeito de sentido de *relação* que pretende estabelecer (de forma simulada) com o eventual interlocutário que ali se apresenta. O anjo faz um movimento concêntrico em torno do transeunte, justamente para indicar uma possível interação, obrigando o tu-enunciário a “reagir” a sua investida – seja essa reação em si próprio, seja na sua imagem refletida desdobrada. O componente topológico (mais precisamente os movimentos que se fazem nele) é crucial para a eclosão do sentido.

2º) O *transeunte* – sua forma varia tanto quanto o número de passageiros nos trens de Londres, impossibilitando que se delineie um perfil eidético ou cromático estável. Porém, por outro lado, a topologia relativa ao interlocutário requer invariância, sob pena da ação de realidade aumentada não funcionar. Isso significa que um traço de recorrência fundamental no processo interativo é definido pela posição que o tu-enunciário assume e lhe atribui a condição de enquadrado no campo de filmagem da câmera, disponível para participação no evento em questão – o que indica um *querer fazer* conjunto.

3º) O *cenário* / estação Vitória – as formas retilíneas e angulares e os tons acinzentados da estação inglesa são entrecortados de todas as maneiras pelo movimento dos passageiros que vêm e vão em direções variadas, estampando curvas e matizes multifacetados que ambientam a cena investigada. O cenário, com os movimentos que possibilita, é, assim, um elemento relevante do plano da expressão justamente por isso: esse movimento contínuo e desordenado estabelece correlação com os conceitos de *efemeridade* e *mobilidade* que estão presentes na orientação das subjetividades contemporâneas, não só ao recobrir os deslocamentos do sujeito, mas também ao envolver

suas perspectivas e modos de ser. Há, assim, uma relação entre o cenário e o próprio indivíduo, que se apresenta como tu-enunciário do evento – pessoa múltipla; e entre o cenário e o eu-enunciador, que se apresenta numa ação publicitária que contribui para a “desorganização” dos trajetos dos cidadãos.

Certamente é uma obviedade reconhecer na análise desta ou de qualquer situação semiótica a relação direta que se estabelece entre o que se desenrola no plano de expressão e o que se configura no plano de conteúdo. Mas, no discurso aqui analisado, é notável o quanto a expressão e o conteúdo se encontram amalgamados numa experiência que, inclusive, confunde aspectos normalmente delineados num ou noutro plano. Talvez essa disposição de atravessamento de um plano pelo outro, que, em *Da imperfeição*, Greimas (2002) circunscreveu a experiências estéticas eventuais e fugazes, encontrem na mediação facultada por dispositivos de RA um certo tipo de “deslumbramento ordinário” em relação àquilo que conjuga o par sensível/cognitivo.

Um determinado observador experiente, ao fruir uma certa obra de arte, precisa estabelecer uma ligação especial entre a expressão e o conteúdo para “vivenciar” o sentido da obra, conectando aquilo que se inscreve de forma eidética, topológica, cromática e até matérica com a significação ofertada pelo artista, resultando numa “explosão” de acepções. De maneira análoga, a interação mediada por tecnologia de realidade aumentada impõe ao enunciário, mesmo que artificialmente (seja no sentido de recurso técnico, seja no de astúcia), uma fusão/confusão entre o que se mostra e o que se depreende na e da experiência discursiva.

Na situação semiótica que envolve a ação de RA promovida pela marca *Linx*, capturando, mas pondo em diálogo, os transeuntes, identifica-se um *fazer conjunto*. Apesar de na totalidade da ação reconhecermos a marca como enunciadora principal, na duração da construção do discurso em ato o enunciário é levado a assumir uma postura enunciadora, mesmo estando submetido a um código previamente programado pela ação de publicidade e marketing.

Se, do ponto de vista da marca, as possibilidades de interação e simulação dadas pelos personagens interlocutores que figuram na tela estão pré-estabelecidas, revelando uma estratégia de manipulação/programação que apenas cria um efeito de sentido de diálogo com os indivíduos que passam pela rua e participam do evento, do ponto de vista dos participantes, uma série de competências e modalizações são movimentadas no processo de interação, que obrigam o sujeito a se colocar numa disposição “proativa” (enunciadora) diante da interlocução com as personagens da marca, para assim se adaptar ao *fazer conjunto* e “modificar-se para modificá-lo”.

Os enunciatários, em relação forçada com textos hipermediáticos e avançados da cibercultura, são levados a se integrar na cena semiótica em construção e são capturados para a narrativa pelos dispositivos informáticos digitais contemporâneos. E são através de um processo complexo de confusão entre debreagem e embreagem, pois a sobreposição da pessoa em uma zona que hibridiza o concreto e o virtual, ao mesmo tempo que descola o sujeito e o projeta no enunciado também neutraliza a projeção e o coloca de volta na enunciação, num vai e vem tão frenético que se torna impossível determinar quando o sujeito está debreado ou embreado.

Chamamos essa operação de “multibreagem”. Ela consiste na operação de projeções sucessivas das categorias enunciativas de pessoa, tempo e espaço, alternando debreagens e embreagens, em curtíssimo espaço de tempo. O efeito de sentido decorrente dessa operação discursiva é o de uma impossibilidade de delimitar quando o sujeito se encontra debreado ou embreado em relação ao enunciado, o que corrobora o caráter multifacetado e o aspecto contínuo das situações semióticas que envolvem a tecnologia digital da RA.



Figura 4: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link*. Minutagem: 0:18'83”



Figura 5: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link*. Minutagem: 0:19'33”



Figura 6: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link*. Minutagem: 0:19'57”



Figura 7: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link*. Minutagem: 0:20'73”



Figura 8: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link*. Minutagem: 0:21'17”



Figura 9: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link*. Minutagem: 0:21'67"

Na figura 4, observamos um rapaz (passante da estação Vitória) assumir um lugar na área demarcada no chão pela marca *Link* e, por isso, automaticamente ser capturado para uma interação caracterizada por um *fa-zer conjunto* e que produz um discurso que se constrói em ato. Nesse ponto, o destinatário se voluntaria para participar do programa narrativo da interação estabelecida pela marca anunciante – é o que o caracteriza como narratário.

Como o telão simultaneamente exibe a performance do rapaz, é disparado o discurso da ação promocional: a imagem projetada dele se desdobra numa figura interlocutária que busca estabelecer uma interação com o “anjo” personagem da campanha, interlocutor projetado no enunciado (que aparece no momento retratado na figura 5).

Ainda na figura 4, percebemos que o rapaz direciona seu olhar para o chão e, portanto, tem sua atenção voltada para o lugar concreto, ali no pátio da estação de trens, cenário da enunciação. O surgimento do anjo na tela leva a concentração do rapaz para o painel, agora conforme a figura 5, retirando-o do eixo da enunciação e deslocando-o para o enunciado da ação promocional de *Link*. Nesse movimento, do ponto de vista do rapaz, dá-se a passagem de uma *debreagem* (um passante, tomado como um tu a ser capturado pela ação de um eu) para uma *embreagem* – o tu passante se converte num ele projetado na tela e se instala no discurso narrado, afetado pelo impacto da chegada do anjo interlocutor.

O efeito de realidade é enorme, pois o anjo é constituído por sistema informático de altíssima resolução e tratamento estético acurado, o que lhe confere fina silhueta de proporções alinhadas com as dimensões dos sujeitos capturados pela câmera, deslocamentos coerentes com o espaço-tempo reproduzido, apresentação cromática compatível com o cenário da cena retratada e uma figurativização fantástica, somente possível pela ação da excelente simulação computacional, forjando uma narrativa enunciada verossímil e, paradoxalmente, impossível nas experiências do

mundo real vivido. A sensação, enfim, é a de que um anjo se presentificou de fato, está ali em interação com o rapaz – com sua beleza estonteante, indumentária sensual, asas volumosas e auréola de luz sobre a cabeça.

O choque da aparição de um anjo ao seu lado no telão impele o rapaz a verificar se a representação confere com a realidade concreta que o cerca no mundo físico, obrigando-o a mover seu olhar de volta ao ponto físico concreto que o rodeia (figura 5). Ele constata que, apesar de o anjo estar ao seu lado no enunciado apresentado no display gigante, no universo natural a figura mítica não existe. Nessa fração de segundo, para confirmar (ou não) o que mostra a tela, o rapaz reassume o lugar projetado de enunciatário da ação publicitária, em nova *debreagem*.

Como a constatação da ausência da personagem anjo no mundo concreto não interrompe sua performance na cena produzida na tela – e a potência da interação exige a atenção renovada do interlocutário/enunciatário –, o rapaz devolve sua concentração para a frente e para o alto, na direção do enunciado formulado (figura 6), mais uma vez alternando entre *debreagem* e *embreagem*.

De novo, a força do efeito de realidade parece confundir completamente o rapaz: o anjo está ali, ao seu lado – é o que mostra a imagem que espelha a ele próprio e seus gestos, o lugar em que se encontra naquele momento, as pessoas que figuram ao fundo. Seu semblante revela certo atordoamento, como quem imagina “o que está acontecendo?”, “afinal, esse ‘anjo’ está aqui?”. Mas, repetindo a direção do olhar para o plano da enunciação enunciada, para seu lado (figura 9), novamente *debreado* como ator da enunciação, é obrigado a reconhecer que a figura projetada num enunciado em que atua como interlocutário é virtual, o *tu* é, na tela, um ator do enunciado, projetado como objeto digital, por uma programação de dados binários, que circula no display informático, compõe a cena enunciada, participa e complementa o discurso em ato e, por tudo isso, se circunscreve ao que se desenrola apenas no telão. Relativamente conformado, nesse instante (figura 9), retoma a sua imagem projetada e, a partir daí, reassume o seu papel na narrativa/discurso em andamento.

Ora, esses movimentos indicados de entradas e saídas, do enunciado em direção à enunciação e daí de volta ao enunciado, sequencial e intermitentemente, desenvolveu-se numa duração de apenas 0:2'84” (dois segundos e oitenta e quatro centésimos). A frequência de encaixes e desencaixes se dá em proporção direta à intensidade da aceleração do acontecimento, isto é, o sujeito se alterna em estados de *debreagem* e *embreagem* num curtíssimo espaço de tempo, o que cria um efeito de simultaneidade desses estados – eis aí o que estamos chamando de *multibreagem*.

Ocorre que esse efeito de multibreagem não cessa aí. A essa altura, já dotado de uma organização cognitiva mínima para perseverar na interação estabelecida pelo discurso posto em ato, em consequência de uma certa competência recém-adquirida pela atividade sensório-perceptiva (e, por isso, ainda insegura, insipiente, imperita, claudicante), o rapaz ensaia interatuar com o interlocutor (anjo), de forma gestual, desenvolvendo uma habilidade tátil-proprioceptiva-cinestésica que requer insistentes e contínuos encaixes e desencaixes do enunciado, de maneira a testar a efetividade da performance que empreende.

Assim é que, ao longo de toda a interação discursiva, a todo instante o rapaz coordena sua postura e gestualidade entre o que observa em si e no entorno do corpo no mundo natural (debreado, por um lado) e o que vislumbra na cena enunciada no plano virtual (embreado, por outro lado). Essa articulação entre o âmbito da enunciação e o do enunciado parece condição para a eclosão da significação, sendo o “corpo próprio” do rapaz – esse “centro de referência para a dêixis” (Benveniste, 1976, p. 45) – o eixo capaz de

constituir uma dinâmica proprioceptiva complexa, que configura e faz funcionar uma “situação semiótica” (Fontanille, 2005, p. 24) particular aos eventos de RA. Mais que isso, esse vai e vem da enunciação para o enunciado e vice-versa, num efeito de simultaneidade, é o que, enfim, permite a conjugação entre o que se processa no mundo natural e o que se passa na cena discursivizada, de modo que o “rapaz concreto” da enunciação e o “rapaz representado” pelo desdobramento da sua imagem na tela não constituem duas instâncias relativamente independentes, mas, ao contrário, uma instância como uma extensão da outra – o que nos remete aos conceitos de “prótese” e de “ciborgue”.

Repensando Benveniste (1976, p. 45), vemos o corpo fenomenológico do “rapaz” do caso que analisamos como um “operador semiótico complexo” de “múltiplas facetas”, que agora é potencializado pela tecnologia de RA (que amplia as possibilidades sensíveis do corpo) e produz uma semiótica que conecta e articula os universos concreto e virtual, alargando as possibilidades de instalação da pessoa no enunciado.



Figura 10: Frames do filme demonstrativo da ação de *Linx*. Minutagem: 0:26'33”



Figura 11: Frames do filme demonstrativo da ação de *Linx*. Minutagem: 0:27'00”

Observemos as figuras 10 e 11: ao realizar os movimentos e gesticular com o tronco, cabeça e, principalmente, com os braços, o rapaz desloca sua atenção da dimensão física para a virtual, passando do concreto ao representado, tanto quanto opera ao contrário, tudo

isso alternada, contínua e rapidamente, buscando assim manejar o controle de si (proprioceptivo e cinestésico) para efetuar uma interação satisfatória com o anjo.

Ao ver sua imagem projetada, inteira e inserida num cenário delimitado pela tela, o rapaz parece tomá-la como um outro, num efeito de objetividade natural, pois sua configuração enquadrada no enunciado funcionaria como uma personagem que atua em terceira pessoa num discurso integral, autônomo, forçando uma independência pressuposta do narratário sobre o interlocutário, tal como seria corriqueiro nas instalações de sujeitos em textos canônicos. Tal papel representado deveria estabelecer uma “outra pessoa”, o “eco” de um sobre o outro. Contudo, além do discurso ser produzido em ato (o que, nesse caso, já complexifica as relações entre as instâncias pressupostas), é impossível a projeção da imagem do rapaz se disjuntar completamente do próprio rapaz, dado que seu corpo sensível não possibilita que a experiência do discurso enunciado se aparte da experiência do ato da enunciação.

Pela via tátil-proprioceptiva-cinestésica, o rapaz projetado age como uma extensão do próprio rapaz transeunte, e não como algo essencialmente fora de si. Dessa maneira, se a multibreagem actancial é algo que confunde continuamente debreagens e embreagens,

temos nisso um caminho para propor também que a instância de instalação de pessoa não só delega vozes, mas também vive as vozes projetadas quando os discursos são mediados por tecnologias de RA.

Mais ainda, independente de toda programação de *software* e *hardware* ter sido arquitetada pela marca enunciativa, sob a ótica do transeunte/participante da ação de realidade aumentada, há sempre um aprisionamento a uma enunciatividade, já que os efeitos de subjetividade são incontornáveis: o interlocutor é posto em uma disposição de primeira pessoa, invariavelmente.

Dito de outra forma, como o interlocutor se vê na tela da situação analisada – não como uma simples *projeção*, que lhe facultaria se ter como um *ele*, mas como uma extensão de si promulgada pela máquina que o captura e leva uma parte dele (inclusive que o afeta esteticamente) para o telão – a multibreagem actancial se dá de forma enunciativa. Dessa forma, as simultaneidades da categoria de pessoa acabam sendo uma condição inexorável da qual os indivíduos capturados são (mesmo que sem o perceber) incapazes de se desvencilhar.



Figura 12: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link* que demarcam o mesmo momento da situação semiótica pela imagem enunciada no telão

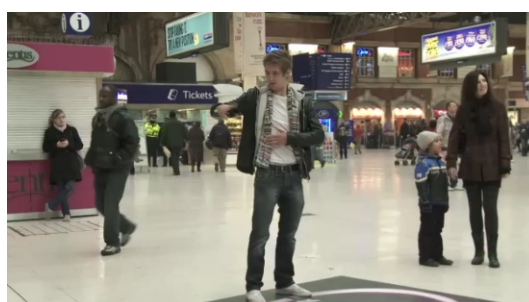


Figura 13: Frames do filme demonstrativo da ação de *Link* que demarcam o mesmo momento da situação semiótica enfocando a cena enunciativa

Nas figuras 12 e 13, podemos observar que, após transcorridos alguns instantes, já mais adaptado às novas prerrogativas da interação mediada pelo dispositivo de RA e mais competente para a performance, o

“rapaz” acaba por ensaiar uma encenação e desempenhar um papel efetivo no enredo da ação promocional da marca *Linx*. A direção do seu olhar ainda se alterna frequentemente entre o enunciado e a enunciação,

mantendo a perspectiva de encaixes e desencaixes em efeito de sentido de simultaneidade entre a atenção que dedica ao telão e ao mundo natural ao seu redor, conservando a multibreagem actancial por todo o intervalo de tempo em que se desenrola a situação semiótica.

Se, na prática, muito rapidamente o sujeito se acostuma às exigências da comunicação desse novo tipo de construção discursiva (seja no aspecto sensorio, seja no cognitivo), precisamos reconhecer que o trato intenso e contínuo com os mais diversos equipamentos e recursos da Era Digital, em parte, têm favorecido o desenvolvimento da perícia necessária para os indivíduos estabelecerem relações comunicativas satisfatórias por meio de novas tecnologias. Além disso, esse tipo de aptidão para a complexidade em lidar com variações de si, como ocorre na operação da multibreagem, parece se alinhar com toda uma série de habilidades humanas que se inserem na constituição do sujeito pós-moderno da cibercultura – fractal, multifacetado, disponível para muitas expressões de si, o indivíduo contemporâneo encontra na experiência com a RA a facilidade que as telas oferecem (cf. Turkle, 1997) para exteriorizar seus múltiplos “eus”. Dessa forma, a multibreagem, na sua manifestação actancial, concretiza toda uma série de proposições teóricas que dispõem sobre o sujeito da atualidade.

Assim, a ação promocional de *Linx* alcança seus destinatários explorando seus corpos sensíveis e suas predisposições para a multiplicidade de seus “eus” e para as extensões de si, num processo que explora sensações, sensorialidades e efeitos estéticos – para de novo lembrar Greimas (2002), em *Da imperfeição* – fundamentais para viver a novidade tecnológica como *experiência* de um corpo multifacetado e fragmentado.

Conclusão

Ao lado das possibilidades de interação do jornalismo on-line, os desdobramentos do sujeito em estados sucessivos de ação discursiva na RA oferecem algumas das sugestões de reconcepção do conceito de enunciação nos meios digitais. A herança greimasiana orienta-se na direção do adensamento e alargamento dos conceitos, adaptados aos novos objetos que o mundo contemporâneo oferece e aos avanços teóricos naturalmente desejados por uma teoria em movimento, como a semiótica. A tensão entre os objetos, as práticas, as análises e a teoria fazem o conhecimento progredir, não numa linearidade ordenada e superativa, mas numa crescente complexificação que a ambição de um modelo de teoria da significação deve exigir. A busca de relações interdisciplinares que possam ajudar a dar conta dos novos objetos de análise não pode também ser deixada de lado. Amplia-se a fórmula «Fora do texto não há salvação», não só para

além do texto, mas para a correta compreensão de seu alcance epistemológico, que só pode ser a que propõe Fiorin (2011) no artigo já citado: “Estudar a historicidade inerente a um texto é, assim, analisá-lo do ponto de vista das relações que um texto mantém com o outro. Isso é que é integrar a história sob o primado da forma.”

Greimas deixou-nos não apenas o legado de uma teoria exuberante, mas a força de um entusiasmo investigativo que a semiótica precisa herdar com a mesma grandiosidade de seu fundador. ●

Referências

- Azevedo, Sandro Tôres de
2016. *Multibreagem: Projeções de pessoa, espaço e tempo em discursos publicitários mediados por tecnologias de realidade aumentada*. Tese de Doutorado. UFF, Niterói.
- Barros, Diana Luz Pessoa de
1988. *Teoria do discurso: fundamentos semióticos*. São Paulo: Atual.
- Benveniste, Émile
1976. *Problemas de linguística geral*. Vol. I. Campinas: Pontes.
- Bertrand, Denis
2003. *Caminhos da semiótica literária*. Bauru, SP: EDUSC.
- Faria, Karla Cristina de Araujo
2014. *Clique na notícia: análise semiótica de jornais on-line*. Tese de Doutorado. UFF, Niterói.
- Fiorin, José Luiz
1996. *As astúcias da enunciação: as projeções de pessoa, tempo e espaço no discurso*. São Paulo: Ática.
- Fiorin, José Luiz
2010. Práxis enunciativa. In: Pernambuco, Jucelino; Figueiredo, Maria Flávia; Salviato-Silva, Ana Cristina (orgs.). *Nas trilhas do texto*. São Paulo: Universidade de Franca. (Col. Mestrado em Linguística, 5).
- Fiorin, José Luiz
2011. Enunciação e semiótica. *Letras*, n. 33. pp. 69-97. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/letras/article/viewFile/11924/7345>
- Fiorin, José Luiz
2011. Semiótica e história. *Cadernos de Letras da UFF, Dossiê Linguagens em diálogo*, n. 42. Niterói, Instituto de Letras da UFF. Disponível em: <http://www.uff.br>

br/cadernosdeletrasuff/42/artigo1.pdf

Fontanille, Jacques

2015. *Discours, médias, pratiques et régimes de croyance*. Conferência na Universidade Federal Fluminense, Niterói.

Fontanille, Jacques

2005. *Significação e visualidade: exercícios práticos*. Trad. Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro. Porto Alegre: Sulina.

Fontanille, Jacques; Zilberberg, Claude

2001. *Tensão e significação*. Trad. Ivã Carlos Lopes, Luiz Tatit e Waldir Bevidas. São Paulo: Discurso Editorial: Humanitas/FFLCH/USP.

Greimas, Algirdas Julien

2002. *Da imperfeição*. Trad. Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Hacker.

Greimas, Algirdas Julien

1973. A enunciação (uma postura epistemológica). Versão transcrita da gravação do curso “Teoria Semiolingüística do Discurso”, ministrado por Algir-

das Julien Greimas na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Barão de Mauá (Ribeirão Preto - SP). Trad. Maria Lúcia Vissoto de Paiva; Colaboração e notas Jean Cristtus Portela. Disponível em: <http://www.textolivre.org/textos/library/pdfs/Kop0hOZUEMGrHUKVyGIk.pdf>

Greimas, Algirdas Julien; Courtés, Joseph

2008. *Dicionário de semiótica*. Trad. Alceu Dias Limas et alii. São Paulo: Contexto.

Lévy, Pierre

1996. *O que é o virtual?* Trad. Paulo Neves. São Paulo: Editora 34.

Turkle, Sherry

1997. *A vida no ecrã: a identidade na era da Internet*. Lisboa: Relógio D'água.

Zilberberg, Claude

2011. *Elementos de semiótica tensiva*. Trad. Ivã C. Lopes, Luiz Tatit, Waldir Bevidas. São Paulo: Ateliê.

Dados para indexação em língua estrangeira

Teixeira, Lucia; Faria, Karla; Azevedo, Sandro Torres de

Enunciation in digital media

Estudos Semióticos, vol. 13, n. 2 (2017)

ISSN 1980-4016

Abstract: *The article presents two theoretical and analytical contributions that demonstrate the need to reconceive the greimasian inheritance to explain the complexity of the enunciative relations convened by cyberculture. In the analysis of digital newspapers, enunciative strategies, by detracting the categories of person, time and space in discourse, welcome the decentralized and non-linear experiences of space and time and the multiplication of subjectivities. The reader of digital newspapers not only comments news, but makes them circulate in social networks and even produces them and send them for publication. The roles of enunciator and enunciatee lose their classical configuration, since it is no longer the reversibility of roles envisaged in any enunciative act, but a displacement of the original functions of each of these discursive positions, traditionally corresponding to the instances of production and reception of discourse. The concept of proto-enunciator is proposed to designate the multiple roles played by the enunciator of journalism disseminated in the digital network. Already the analysis of the communicative scene established in the experiences lived in publicity actions that use the technological resources of the augmented reality allows to identify a complex process of confusion between the mechanisms of clutch and clutch, as defined by the discursive semiotics, since the overlap of the categories of person, time and space, in a zone that hybridizes the concrete and the virtual, both projects the subject in the statement and neutralizes this projection, in making it return to enunciation. The mechanism of projection of enunciative categories in this object was named multishifting.*

Keywords: *enunciation ; proto-enunciator ; multishifting*

Como citar este artigo

TEIXEIRA, Lucia; FARIA, Karla; AZEVEDO, Sandro Torres de. Enunciação em meios digitais. *Estudos Semióticos*. [on-line], volume 13, n. 2 (edição especial). Editores convidados: Waldir Bevidas e Eliane Soares de Lima. São Paulo, dezembro de 2017, p. 122–135. Disponível em: (www.revistas.usp.br/esse). Acesso em “dia/mês/ano”.

Data de recebimento do artigo: 31/08/2017

Data de sua aprovação: 01/11/2017
