

**O USO DA INTERTEXTUALIDADE
NA COMPOSIÇÃO DE *POSTS* MOTIVACIONAIS
NA *FAN PAGE* “GERAÇÃO DE VALOR”**

Rachel Ferreira Klem de Mattos Morgades (UENF)

rachelklem@yahoo.com.br

Carlos Henrique Medeiros de Souza (UENF)

chmsouza@gmail.com

RESUMO

Este trabalho analisa a intertextualidade e sua aplicação através da interpretação do conteúdo de 6 *posts* da *fan page* motivacional “Geração de Valor”, a qual reúne (em especial) brasileiros empreendedores e aqueles que desejam ser empreendedores, de diversas classes sociais e formação profissional. Para tanto, foi preciso fazer uso dos conceitos de intertextualidade, com o embasamento teórico de Koch (2002); Nízia Villaça (2002), Elias e Koch (2006), dentre outros, sendo possível perceber que o autor recorre ao intertexto, mediante o uso de outras falas, tais como músicas, ditados populares e propagandas, com o propósito argumentativo de convencer o leitor a aderir à ideia empreendedora, incentivar atitudes motivadoras nos leitores, aumentar o alcance de suas mensagens e lograr novos leitores, sempre fazendo uso de palavras e signos de fácil entendimento. Constatou-se ainda que a presença da coerência nos textos é indispensável para que haja a percepção da intertextualidade.

Palavras-chave: Linguagem. Intertexto. Tecnologia digital.

1 – Considerações iniciais

Este trabalho tem por objetivo analisar a intertextualidade *fan page* (página do *Facebook*) Geração de Valor. A escolha da página se deve ao cunho motivacional das postagens, o inúmero sucesso que a página tem entre os mais de 2 milhões de internautas que seguem essa página da rede social e também pela grande expansão da internet como meio de comunicação.

Para Raquel Recuero (2009), “a Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais”.

Assim, ela possibilita a participação em comunidades virtuais e redes sociais que permitem uma socialização de ideias, e também possíveis discussões acerca de diversos temas, o que acontece na rede social *Facebook*, especificamente na *fan page* Geração de Valor, que reúne em-

preendedores e aqueles que desejam ser empreendedores.

Então, surge a questão: como os *posts* presentes na *fan page* Geração de Valor fazem uso de relações intertextuais em suas mensagens motivacionais e provocadoras do comportamento empreendedor?

Para tanto, este trabalho objetiva analisar a intertextualidade presente nos *posts* da *fan page* Geração de Valor, através da exposição dos conceitos de intertextualidade. Também será preciso interpretar 6 *posts* da *fan page* Geração de Valor verificando a intertextualidade e sua aplicação e, por fim, apresentar o requisito para a percepção da intertextualidade: a coerência.

A análise dos *posts* presentes na *fan page* Geração de Valor apontam para o uso da intertextualidade, a fim de ter uma linguagem mais simples junto aos 2 milhões de pessoas que segue a página e aos 12 milhões de pessoas que fazem uso das postagens indiretamente (através de compartilhamentos e uso das imagens em e-mail), para que assim consiga popularizar a página, lograr novos leitores e incentivar o empreendedorismo e atitudes motivadoras nos brasileiros.

A decisão em abordar intertextualidade nos textos, deve-se ao fato de várias postagens encontradas na *fan page* Geração de Valor estarem referindo-se a outros textos, já que são várias as postagens que fazem alusão à músicas, ditados populares, propagandas, e fatos importantes do Brasil e do mundo, que estão ligados ao comportamento empreendedor e a atitudes motivadoras.

A linguística textual estuda a linguagem e os diferentes textos, a partir disso, pensamos em estudar a linguagem da internet, já que esta está cada vez mais ganhando destaque. As novas tecnologias da informação seguem um caminho sem volta. Não podemos mais nos limitar aos antigos processos de escrita e leitura, vez que o ciberespaço ganha cada vez mais navegadores.

Ainda neste sentido, Marcuschi (2008), ensina que a linguagem é uma das faculdades cognitivas mais flexíveis e adaptáveis às mudanças. As várias modificações na forma e na utilização desta e da língua das mudanças tecnológicas aconteceram depois da difusão dos equipamentos tecnológicos e da internet fazer parte do nosso dia a dia.

1.1 – Sobre a fan page e seu autor.

Preliminarmente, é necessário apresentar a *fan page* Geração de Valor e seu autor. Flávio Augusto da Silva, autor da *fan page*, nasceu no Rio de Janeiro, numa família de classe média baixa. Aos 18 anos conseguiu seu primeiro emprego em uma rede de escolas de inglês, cuja intenção inicial era apenas pagar as despesas de passeios, antes de iniciar em agosto de 1991, ciências da computação na Universidade Federal Fluminense.

No entanto, Flávio conquistou alguns cargos e uma boa remuneração, além de uma grande satisfação numa área muito diferente do que ele havia planejado estudar. Trancou a sua faculdade e se dedicou 100% a sua carreira.

Em 1995, aos 23 anos de idade, Flávio fundou a *WiseUp*, com capital inicial de 20 mil reais de seu cheque especial a um custo de 12% de juros ao mês. Foi o início de um império, com presença no Brasil, Argentina, Colômbia, México, EUA e China, operando com mais de 500 franquias e 10 mil funcionários. Em fevereiro de 2013, a *WiseUp* e todas as empresas fundadas por Flávio foram vendidas para a Abril Educação.

O projeto Geração de Valor é uma iniciativa de Flávio Augusto da Silva e utiliza as redes sociais para dar dicas e lições sobre empreendedorismo. A ideia nasceu em 2011, quando o autor gravou um vídeo e publicou no *YouTube* falando sobre os elementos básicos do empreendedorismo. A grande audiência e a excelente repercussão motivaram a gravação de um segundo vídeo, que também registrou um número expressivo de visualizações.

O projeto também possui uma *fan page* no *Facebook* e um *link* ativo no *Twitter*. Os seguidores do Geração de Valor passaram a ser chamados, carinhosamente, de GVs por Flávio Augusto.

No *Facebook*, o Geração de Valor possui mais de 2 milhões de seguidores e impacta em média mais de 12 milhões de usuários únicos todas as semanas.

2 – Referencial teórico

No processo de evolução tecnológica, os computadores passaram a oferecer ao usuário interfaces cada vez mais interativas, pois nos dias de hoje existe uma forma mais lúdica de utilização do computador, o que

proporciona ao usuário mais facilidade de acesso às informações e esta forma tem como contribuição uma organização textual não linear ou hipertextual.

Para Pierre Lévy (1990) o hipertexto representa a virtualização da leitura e possibilita ao usuário uma interatividade maior do que o material impresso.

Já Barthes (2004, p. 4) define o texto como um “tecido de citações, saídas variadas dos mil focos da cultura”, a partir dele compreende-se que o texto nos diversos segmentos, não apenas literário, é um espaço de dimensões múltiplas, no qual se encontram e se contestam escritas variadas – intertextos.

Na cultura contemporânea, cada vez mais informação, nosso relacionamento diário com textos de diferentes origens, assuntos e abordagens, não nos espanta o reconhecimento de grandes fragmentos ou pequenas dicas que nos remetam a outros textos produzidos e veiculados em contextos anteriores, o que se chama intertextualidade.

E ainda neste sentido nos ensina Nízia Villaça, em sua obra “Impresso ou Eletrônico?”, de 2002, que a intertextualidade é caracterizada de maneira geral como o diálogo entre livros de uma biblioteca infinita.

Ensina-nos Umberto Eco (*apud* VILLAÇA, 2002) que:

Nos dias atuais é curioso que a mídia comece a celebrar o declínio da literalidade e a ascensão do poder das imagens justamente no momento em que na cena mundial aparece o computador que, embora produza e edite imagens e utilize ícones, é sobretudo um instrumento alfabético. Exige leitura e escrita. Neste sentido, poder-se-ia afirmar que o computador nos faz retornar à Galáxia de Gutenberg.

Santos (2008, p. 3, *apud* CORTES, 2012, p. 26) acrescenta que na intertextualidade existe a presença de duas vozes num mesmo segmento textual, sendo um texto incorporado ao outro com o objetivo de reproduzi-lo ou transformá-lo. Nessa perspectiva, haveria três processos de intertextualidade: a citação (texto aparece conforme foi escrito pelo autor original), a alusão (certas figuras são substituídas por outras) e a estilização (reprodução do estilo de outro texto).

Diariamente usamos intertextos em nossas falas, sem perceber a variedade de textos de terceiros que estão presentes em nosso discurso ou escritos. São trechos de obras literárias, de músicas, provérbios, ditados populares, gírias, bordões de filmes, televisão ou de vídeos internet, e

afirma Koch (2004, p. 124):

Tais textos-fonte fazem parte da memória coletiva (social) da comunidade, podendo ser, em geral, facilmente acessados por ocasião do processamento textual – embora, evidentemente, não haja nenhuma garantia de que isso venha a acontecer.

A autora ainda esclarece que no caso dos provérbios e ditados populares, a fonte é um enunciador genérico, que vem da sabedoria popular, da opinião pública, não havendo dificuldades para recuperar os intertextos, já que são de uso comum, ou seja, muito falados e reproduzidos no dia-a-dia.

No que se refere à percepção das relações intertextuais, não pode deixar de ser citado o ensinamento de Platão e Fiorin (2007, p. 20):

A percepção das relações intertextuais, das referências de um texto a outro, depende do repertório do leitor, do seu acervo de seus conhecimentos literários e de outras manifestações culturais. Daí a importância da leitura, principalmente daquelas obras que constituem as grandes fontes da literatura universal. Quanto mais se lê, mais se amplia a competência para apreender o diálogo que os textos travam entre si por meio de referências, citações e alusões. Por isso cada livro que se lê torna maior a capacidade de apreender de maneira mais completa o sentido dos textos.

Ainda nesta seara, Koch (2004) ensina que a intertextualidade é constitutiva de todo e qualquer discurso e ocorre quando num texto está inserido outro texto (intertexto) “anteriormente produzido que faz parte da memória social de uma coletividade ou da memória discursiva (...) dos interlocutores”, podendo a intertextualidade pode ser implícita ou explícita.

Koch e Travaglia (2006) afirmam ainda que a intertextualidade “diz respeito aos fatores que tornam a utilização de um texto dependente de um ou mais textos previamente existentes”

A intertextualidade é dividida em 4 classificações, sendo a modalidade explícita o objeto de análise deste estudo, a qual, segundo Koch, ocorre quando há citação da fonte do intertexto, como nas citações, resumos, resenhas e traduções. E segue:

Em se tratando de intertextualidade implícita, o que ocorre, de maneira geral, é que o produtor espera que o leitor seja capaz de reconhecer a presença do intertexto, pela ativação do texto-fonte em sua memória discursiva, visto que, se tal não ocorrer, estará prejudicada a construção do sentido, particularmente no caso da subversão (KOCH, 2004, p. 146).

Quando se fala em intertextualidade é imprescindível apontar ain-

da que, segundo Elias e Koch (2006), a inserção de “velhos” enunciados em novos textos promoverá novos sentidos aos textos e constituir os sentidos destes textos e até mesmo perceber a presença de outros textos em uma produção escrita depende muito do conhecimento do leitor.

Assim, é possível depreender que o autor dos *posts* em análise delega a autoria do intertexto a outra pessoa. Esta necessidade de fazer uso do discurso alheio com explicitude sempre decorre do objetivo, neste caso, a necessidade de popularizar sua fala e validar sua voz por meio do discurso citado, como nas imagens dos *posts*, onde o uso da intertextualidade explícita com o objetivo de motivar o leitor a partir de um argumento de ditados, músicas etc.

3 – Análise dos “posts” selecionados

A intertextualidade é muito utilizada na *fan page* em análise, pois há uma manipulação de texto de outros autores (ou populares) pelo autor da página com objetivo de produzir efeitos motivacionais e provocar atitudes positivas no leitor.

Fazendo o estudo dos *posts* da página em análise, verifica-se na postagem de 30 de abril de 2013 que a intertextualidade é apresentada e o autor não cita a fonte do texto original, a música do cantor Zeca Pagodinho, cujo refrão exalta “Deixa a vida me levar”.

Cabe ainda ao interlocutor interpretar que o desenho e a frase em destaque são paródias em forma de crítica à falta de atitude e à falta de observação, pois tais comportamentos trazem consequências nada agradáveis, como pode se prever na **Fig. 1**.



Fig. 1: Deixa a vida me levar

Na **Fig. 2**, temos uma ironia feita relacionada à música “Modinha para Gabriela”. Neste caso, a intertextualidade leva o leitor a buscar em seu conhecimento prévio a música original.

A crítica foi feita em ocasião da recente exibição do seriado de televisão “Gabriela”, baseado na obra homônima de Jorge Amado, cuja música tema retrata versos de uma mulher que não acredita não ser necessário mudar seus comportamentos, vez ela nasceu assim, cresceu assim...

A postagem ainda faz referência ao termo “Síndrome de Gabriela”, sinônimo de uma pessoa conformada e acomodada, já amplamente conhecido pelos brasileiros.



Fig. 2: Sua vida pode mudar SIM

No *post* de 22 de agosto de 2013, o autor utiliza a intertextualidade para passar a mensagem “Proteja sua mente, previna-se”, fazendo alusão ao uso de uma camisinha na cabeça do personagem.

Tal mensagem poderia ser complementada por “não se contamine com as reclamações dos colegas no ambiente de trabalho”.

Aqui o autor faz uso de uma informação que é altamente disseminada pela televisão e outros meios de comunicação, vez que espera que o leitor saiba da capacidade da camisinha em impedir a contaminação de doenças venéreas, fazendo uma comparação com a importância de se prevenir das reclamações dos colegas de trabalho, vez que conforme a postagem mesmo diz, a mediocridade é contagiosa.

O autor sempre afirma nos *posts* que uma das chaves do sucesso é

reclamar menos e agir mais, o que é ratificado pela imagem a seguir.



Fig. 3: Proteja-se

Em referência ao dia de finados, o autor utiliza lápides cujos epítáfios demonstram em sua escrita a morte de alguns sonhos. Assim, a intertextualidade está presente vez que a figura teve relação ao dia de homenagear os mortos e com o hábito ocidental de escrever nas lápides.

A imagem foi oportuna vez que como a página mexe com os brios dos seguidores, procurou mostrar que nossos sonhos morrem e não demos deixar isso acontecer.



Fig. 4: Dia de finados

O *post* publicado em 12 de dezembro de 2013 tem relação intertextual com o esporte, pois faz referência a corrida de obstáculos, onde o competidor enfrenta uma série de obstáculos a fim de alcançar seus sonhos, sem haver ao menos uma pessoa concorrendo.

Deve-se destacar novamente que a percepção da intertextualidade só é possível, pois a dinâmica do esporte faz parte do repertório do leitor.



Fig. 5: Corrida de obstáculos

Por fim, e não menos importante, a mesma página no *post* de 15 de dezembro de 2013, faz o uso do ditado popular “Você colhe o que planta” e passa a mensagem de que não adianta plantar laranjas e querer colher uvas, vez que na vida apenas colhemos o que plantamos.



Fig. 6: Você vai colher só o que plantas

4 – Considerações finais

O escopo original do presente artigo centra-se na intertextualidade e, sendo assim, considero que o texto cumpre a função à qual se propôs desde o início por meio do uso de um sólido, embora resumido, referencial teórico e também por meio de exemplificações que comprovam que o fenômeno a intertextualidade garante clareza e sentido ao texto, desde que haja coerência.

Assim, após a breve análise dos 6 posts escolhidos, pode-se verificar que a intertextualidade é um fator de coerência, então a sua existência nas postagens analisadas é fundamental, Sem coerência o leitor não conseguiria fazer acessar o acervo de sua “biblioteca infinita” e descobrir o novo sentido das mesmas a partir da utilização da intertextualidade.

A intertextualidade e o uso de várias postagens fazendo alusão a músicas, ditados populares e esportes serve ainda para aproximar o autor do leitor, servindo de “gancho” para desenvolver nestes o comportamento empreendedor, através de atitudes motivadoras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, R. Da obra ao texto. In: _____. *O rumor da língua*. Trad.: Mario Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2004

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. *A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CORTES, Tannis P. B. B. et al. À procura da felicidade: modos de leitura de uma produção cinematográfica. *Revista Hipertexto*, LATEC/UFRJ, vol. 2, n. 2, jul./dez.2012, Disponível em: <<http://www.latec.ufrj.br/revistas/index.php?journal=hipertexto&page=article&op=view&path%5B%5D=352>>. Acessado em: 03-12-2013.

CUTRIM, I. G. A plasticidade do texto digital: os contornos da linguagem on-line. *Ciências Humanas em Revista*, vol. 5, Edição Especial, jun. 2007. São Luís (MA). Disponível em: <http://www.nucleohumanidades.ufma.br/pastas/CHR/2007_3/ilza_cutrim_v5_ne.pdf>. Acesso em: 05-01-2014.

FACEBOOK. Geração de Valor. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/CanalGeracaodeValor>>. – Acesso em: 03-01-2014.

LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.

_____. *Cibercultura*. Trad.: Carlos Irineu da Costa. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

KOCH, Ingedore. *O texto e a construção dos sentidos*. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

_____; ELIAS, Vanda Maria. *Ler e compreender: os sentidos do texto*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006

_____; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. *A coerência textual*. 17. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

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

PLATÃO, Francisco Savioli; FIORIN, José Luiz. *Para entender o texto: leitura e redação*. 17. ed. São Paulo: Ática, 2007.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANT'ANNA, Afonso Romano de. *Paródia, paráfrase e cia*. São Paulo: Ática, 2004.