

## (RE)VISITANDO CONCEITOS DE HIPERTEXTO: UMA ANÁLISE DE TEXTOS DIGITAIS

Ana Claudia Oliveira Azevedo (UESB)

[98anaclaudia@gmail.com](mailto:98anaclaudia@gmail.com)

Filipe Santos Guerra (UESB)

[filipe.guerra16@gmail.com](mailto:filipe.guerra16@gmail.com)

Márcia Helena de Melo Pereira (UESB)

[marciahelenad@yahoo.com.br](mailto:marciahelenad@yahoo.com.br)

Desde a popularização da *internet* e, conseqüentemente, devido aos incrementos que as tecnologias de informação e comunicação sofreram com o desenvolvimento do ciberespaço, a Linguística tem buscado explicar os fenômenos de linguagem que ocorrem em ambiente digital. Assim surgiu o conceito de hipertexto, utilizado por alguns linguistas brasileiros para designar o texto *on-line*. Xavier (2015), ao definir o hipertexto como um novo modo de enunciação, caracteriza-o com base em cinco aspectos, quais sejam: 1) imaterialidade/virtualidade; 2) ubiquidade; 3) convergência de linguagens; 4) não linearidade; e 5) intertextualidade infinita. Por outro lado, algumas pesquisas têm apontado para uma continuidade do texto digital em relação ao texto impresso, o que torna (quase) prescindível a sua caracterização particular. Diante disso, o objetivo deste trabalho é (re)discutir o(s) conceito(s) de hipertexto, a fim de analisar a aplicabilidade das categorias supracitadas na caracterização desse objeto. Para isso, foram utilizadas, como referencial teórico-metodológico basilar desta investigação, as assertivas de Coscarelli (2006, 2009), Koch (2003), Marcuschi (1999, 2010), Ribeiro (2006, 2018) e Xavier (2002, 2010, 2015). No que se refere ao corpus desta análise, foram selecionados um exemplar de *tweet*, retirado da rede social *Twitter*, e um exemplar de *post* de *Facebook*, ambos salvos por meio do recurso de captura de tela. A observação dos dados, em consonância com diferentes discussões teóricas acerca do hipertexto, mostrou que o conceito em questão é, de fato, uma continuidade da noção de texto impresso; no entanto, há determinados fatores que o particularizam, o que torna necessária sua caracterização específica.

Palavras-chave:

Hipertexto. *Tweet*. *Post* de *Facebook*.