RELAÇÕES INTERDISCURSIVAS: OS PARATEXTOS COMO MODO DE EXISTÊNCIA DOS TEXTOS CONTEMPORÂNEOS[1]

GT14: Discurso e Comunicação

Edson Fernando Dalmonte[2]
Universidade Federal da Bahia – Brasil
edsondalmonte@gmail.com

Resumo

Tomando por referência o conceito de paratexto, o presente artigo questiona os modos de existência dos textos na atualidade, caracterizados pelas possibilidades interativas e interdiscursivas. No contexto das mídias reativas, interessa a relação entre leitores/usuários de redes sociais e as múltiplas textualidades que vão sendo engendradas a partir das distintas formas de contato entre os blocos de textos e essa audiência reativa. O artigo apresenta dois focos: 1) teórico - que desenvolve o conceito de partexto e 2) analítico - que toma como objeto empírico um vídeo publicitário publicado no *Youtube* e os percursos discursivos engendrados a partir de distintas reações.

Palavras-Chave: Paratexto. Discurso. Interação. Redes sociais.

---

[1] Artigo apresentado ao Grupo Temático 14, Discurso y Comunicación, do XII Congresso da Associación Latinoamericana de Investigadores de las Ciencias de la Comunicación, a ser realizado de 6 a 8 de agosto de 2014, em Lima, Peru.

[2] Doutor em Comunicação, professor de Comunicação e Ética e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. O presente artigo faz parte da pesquisa desenvolvida com apoio do edital Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES n. 18/2012. E-mail: edsondalmonte@gmail.com

Introdução

O presente artigo tem por objetivo discutir as formas de existência dos textos na atualidade e suas formas de circulação e recirculação no contexto das mídias interativas. Em tal cenário, marcado pela reverberação, os discursos vão se sobrepondo, gerando vários percursos de sentido. Como pontua Manovich (2013), no contexto da mobilidade midiática (*media mobility*), diferentemente da comunicação de massa, em que os conteúdos atingiam seus públicos da mesma maneira que haviam sido enviados[3]estamos vivenciando uma ampla modificação de tal processo: ao invés de uma circulação "estática", os conteúdos continuam a se mover e se transformar entre sites, recebendo a sobreposição de comentários, tanto de acordo quanto desacordo.

Interessa-nos, portanto, discutir a recirculação de conteúdos na atualidade e buscar compreender um sentido de texto mais amplo, ou transtextualidade, como pensado por Genette (1982; 1987), que propõe o conceito de paratexto. Embora o autor esteja interessado na obra literária e na tradição do livro impresso, e a conceituação do paratexto busque, desde sua origem, assumir como fenômeno os modos de existência das textualidades, que raramente se encontram num estado bruto, não é possível compreender a existência dos textos "sem o reforço e o acompanhamento de certo número de produções, verbais ou não, como um nome de autor, um título, um prefácio, ilustrações [...]" (GENETTE, 1987, p.07).

A palavra paratexto é composta com o auxílio do prefixo grego *para*, designando uma modificação da palavra texto (BAILLY, 1901, p. 651). Conforme a etimologia de origem, tal prefixo indica: algo que se coloca perto de,

[3] Merece ser ressaltado que não estamos falando de análise da recepção dos conteúdos, mas das formas contemporâneas de circulação e recirculação de mensagens.

ao lado de; receber ou apanhar qualquer coisa das mãos de alguém. Pode ser usado para exprimir a ideia de tempo, duração. Algo que acontece paralelamente a outra coisa. Ao compor a nova palavra, sinaliza uma organização textual que se coloca ao lado de uma outra, com a qual mantém uma relação direta; não de dependência, mas de continuidade (DALMONTE, 2009, p.115).

Para Genette (1982), os elementos que constituem o paratexto são:

> Título, subtítulo, intertítulos; prefácios, posfácios, preâmbulos, apresentação, etc.; notas marginais, de rodapé, de fim; epígrafes; ilustrações; dedicatória, tira, jaqueta [cobertura], e vários outros tipos de sinais acessórios, [...], que propiciam ao texto um entorno (variável) e às vezes um comentário, oficial ou oficioso, do qual o leitor mais purista e o menos inclinado à erudição externa nem sempre pode dispor tão facilmente quanto ele gostaria e pretende. (p.10, tradução nossa).

Como indica Genette (1987, p.07), os elementos paratextuais envolvem e prolongam seus textos originários. Tal ação decorre, segundo o autor, da capacidade de apresentar e, sobretudo, de *tornar presente* "por assegurar sua presença no mundo, sua 'recepção' e seu consumo". Assim, um texto é ampliado por elementos pré-textuais, que o anunciam, e pós-textuais, bem como por uma ampla teia de comentários.

O paratexto se constitui como um umbral, que põe em contato o que está dentro (no texto) e fora (o discurso sobre o texto). Para Genette (1987, p.08), a referência ao umbral não remete apenas a uma zona de transição entre uma textualidade e outra, entre aquilo que está dentro e aquilo que está fora, mas,

sobretudo, a uma zona de transação enquanto local privilegiado para estratégias, visando a uma ação sobre o público, com o intuito de melhorar a acolhida do texto.

Rigolot (2000, p.19), ao tratar do prefácio como elemento paratextual, diz que ele (o prefácio) serve de ornamento ao livro que ele "decora". Para o autor, essa é uma justa metáfora arquitetural do monumento literário, pois "o prefácio ocupa o umbral do edifício intelectual que o leitor se prepara para atravessar: vestíbulo iniciático, lugar de passagem, transição necessária entre o mundo caótico da vida exterior e o universo regrado da leitura".

Os elementos que constituem o paratexto são oriundos de um conjunto marcado pela diversidade de práticas e discursos, que confluem para a formação do sentido da obra num contexto mais amplo. O interessante é que a noção de atualização envolvendo a obra resulta de uma movimentação social em torno de um produto que, não obstante traga as marcas que lhe foram agregadas no processo de feitura, está aberta a receber outras "inscrições", como resultado da apropriação social. Essa sobreposição de textualidades é a marca do que Genette (1982, p.08) chama de **palimpsesto** ou tipos de relações transtextuais.

Embora as reflexões acerca do paratexto estejam ligadas à literatura e à tradição do livro, as vias e modos do paratexto sofrem modificações constantes a partir das épocas, culturas, gêneros etc. Como ressalta Genette (1987, p.09), fica patente que na época midiática é multiplicada a produção de discursos que circundam uma obra, o que contribui sobremaneira para sua divulgação. Esta é uma situação bem distinta, se comparada com a Antiguidade e Idade Média, períodos em que os textos circulavam praticamente em estado bruto, "na forma de manuscritos desprovidos de toda fórmula de apresentação". De maneira emblemática, o autor (p.10) chega a afirmar que não existe e jamais

existiu um texto sem paratexto e, de forma contrária, evidencia existirem paratextos sem textos, como os originados por obras desaparecidas ou abortadas.

Os elementos que constituem o paratexto, segundo Genette (1987, p.13), correspondem a três tipos de manifestações: **icônicos** (as ilustrações), **materiais** (decorrentes, por exemplo, das escolhas tipográficas, que marcam a composição de um livro), ou simplesmente **factuais**. Por factual o autor entende não uma mensagem explícita, mas um fato cuja existência, quando conhecida pelo público, agrega valor ao produto, criando uma discussão sobre o mesmo, colocando-o na ordem do dia. Como elementos factuais, podem ser elencados a indicação do autor a um prêmio, para uma academia etc.

Conforme sinaliza Genette (1987, p.10-11), o paratexto é formado por duas modalidades de elementos paratextuais. Dependendo da realidade material, pode-se falar do **peritexto** e do **epitexto**. O peritexto refere-se a uma categoria espacial marcada pela continuidade ou unicidade da obra. Os elementos peritextuais circundam o texto dentro do próprio espaço da obra, estando em continuidade direta, como o nome do autor, os títulos, intertítulos e toda a materalidade daí advinda, como as indicações de coleção, capa etc. O epitexto também está situado nos entornos do texto, estando, contudo, a uma distância marcada por uma descontinuidade em relação à obra. Os elementos epitextuais são divididos em públicos, os que tomam forma nos suportes midiáticos, como as entrevistas com o autor, debates etc e privados, como correspondências e diários que, com o tempo, podem passar a integrar a obra. Como afirma Genette (1987, p.11), todo esse processo pode ser simplificado por uma fórmula: *paratexto* = *peritexto* + *epitexto*.

O peritexto - ou o paratexto contínuo

O prefixo *peri* (BAILLY, 1901, p.683-684) designa, na função adverbial, um lugar a partir do qual; em torno de, com ou sem movimento. A respeito de; que diz respeito a alguém ou alguma coisa. Ao redor de, de modo a envolver. Aquilo que se localiza nas margens de algo, podendo designar a partilha de um mesmo ponto de vista. O peritexto designa aquilo que está ligado ao texto de forma direta, no tocante à continuidade de um posicionamento discursivo.

Genette (1987, p.21) chama de *peritexto editorial* toda a faixa do peritexto que se encontra sob responsabilidade direta do editor. À edição competem as escolhas no tocante ao formato e apresentação de uma obra, bem como a decisão de uma reedição e inserção de novos elementos. As escolhas, no ato da edição, podem orientar a obra para um público específico, como um formato ou selo, designando seja a inovação, seja a popularização de um livro.

Dentro da lógica das coleções, o selo editorial cumpre o papel de demonstrar o quão diversificada é a área de abrangência de uma casa editora. Seguindo essa orientação, o selo de coleção tem por premissa indicar ao leitor o tipo, ou o gênero, da obra pretendida: literatura nacional ou estrangeira, vanguarda ou tradicional (GENETTE, 1987, p.25).

A localização paratextual do nome do autor pode ser errática ou circunscrita. **Errática** quando o nome do autor se dissemina, com o título, na esfera epitextual, como em anúncios, prospectos, entrevistas, artigos etc. **Circunscrita** quando ocupa o lugar oficial em um livro, ou seja, epitextual (GENETTE, 1987, p.39). Essa dupla possibilidade assumida por um mesmo dado demonstra o potencial que os elementos paratextuais têm para transitar de uma esfera a outra: do peritexto ao epitexto. Mesmo na tradição do livro impresso é possível

perceber a fluidez dos elementos que compõem a obra, segundo a perspectiva paratextual.

Se o peritexto envolve o texto de forma direta, em continuidade a ele, enquanto parte constituinte do material, alguns elementos podem ser destacados e passar à esfera epitextual, como o nome do autor, importante indicativo do prestígio de uma obra. Da mesma forma, a editora, o tipo de impressão, dentre outros, podem ampliar a obra, fazendo com que esta saia de um espaço delimitado e passe a circular em outras instâncias. No jornalismo é bastante comum o nome do jornalista assumir relevância nos espaços assinados ou, no caso da televisão, o âncora passar a ser identificado com o produto.

O epitexto - ou o paratexto descontínuo e sua circularidade

Num outro extremo está o epitexto que, segundo Genette (1987, p.346), se distingue do peritexto por um princípio puramente espacial. Como ressalta o autor, “é epitexto todo elemento paratextual que não se encontra materialmente anexado ao texto no mesmo volume, mas que circula livremente em um espaço físico e social virtualmente ilimitado”.

A ideia de distanciamento em relação à obra originária é fundamental para o entendimento do epitexto e sua força na organização e funcionamento do conceito de paratexto. Como sinaliza Genette (1987, p.11), o epitexto circula em volta do texto, mas permanece a uma distância mais prudente ou "respeitosa", visto que, ao menos em sua origem, esses discursos permanecem fora do livro ou obra originária. Tais elementos ganham existência geralmente em suportes midiáticos (entrevistas, debate etc) ou tem sua origem em correspondências privadas, por exemplo.

O prefixo *epi* refere-se àquilo que está na superfície, de modo a recobrir algo (BAILLY, 1901, p. 326-328). É empregado para marcar o ponto de apoio, o ponto por meio do qual uma coisa se liga a uma outra. Designa continuidade, com a ideia de sucessão. Marca estabilidade e permanência. É usado ainda para sinalizar uma dependência, em vista de algo. A continuidade prevista por este prefixo refere-se tanto à unicidade do pensamento, quanto à manutenção de um mesmo tópico sem, contudo, estar materialmente unido ao objeto em questão, o que dá abertura para a descontinuidade.

A ideia de descontinuidade presente no epitexto está baseada na ligação com a obra, sem necessariamente estar anexada a ela. O epitexto faz parte de uma obra sem ser a obra. Espacialmente, não interessa onde este esteja presente: fora do livro, como em jornais ou revistas, emissão de rádio ou televisão, enfim, a dimensão pública do epitexto. Como ressalta o autor (GENETTE, 1987, p.348), a realidade do epitexto nos faz confrontar com a ausência de limites externos, fazendo dele a franja da franja,[4] que o põe em contato com outros elementos discursivos sobre um referido tópico.

O epitexto público está endereçado ao público em geral e, por meio do suporte midiático, pode atingir uma parcela significativa do público em questão (GENETTE, 1987, p.354). Por meio da ação da mídia, a obra é posicionada no mercado. Antes do produto, o que chega aos leitores são fragmentos de um paratexto na condição de elementos epitextuais. As resenhas e críticas, entrevistas, declarações, por exemplo, criam um nível de discussão além da obra e que, num futuro, podem passar a fazer parte da obra, como numa reedição ampliada.

[4] Ou margem da margem, no sentido de um discurso que vai além de um tópico. É o conjunto de sentidos possíveis que circundam um elemento e que podem se mesclar a outras realidades.

Num outro extremo está o epitexto privado (p.375), que diz respeito às correspondências e anotações íntimas de um autor. Esta modalidade de epitexto também pode passar a compor a obra, numa nova edição, ou resultar numa compilação que ajude a entender tanto uma obra quanto o próprio autor. O interessante é a mobilidade de tais conceitos, que não se colocam de forma estanque. Um epitexto pode passar de privado a público, e de epitexto a peritexto. A textualidade, segundo a lógica paratextual, é marcada pela transitoriedade de seus elementos. Essa textualidade fluida que circunda um texto tradicional atua reforçando a identidade da obra e colabora com sua difusão.

Segundo Genette (1987, p.411), a partir de sua natural imobilidade, o texto é incapaz de se adaptar às mudanças de seu público, tanto no espaço quanto no tempo. Por outro lado, o paratexto cumpre o papel de instrumento de adaptação, tendo em vista sua flexibilidade e versatilidade, sempre caracterizado como elemento transitório. Como resultado, tem-se a constante modificação de sua apresentação, ou seja, dos modos de presença dos textos no mundo.

Tendo em vista a capacidade de autonomia do paratexto em relação ao seu texto originário, e mesmo a possibilidade de manipulação, Genette (1987, p.412-13) lança um alerta, que vale tanto para o autor quanto para o leitor: "atenção ao paratexto!". Tal indicativo ganha relevância quando são consideradas as estratégias de divulgação de produtos no contexto mercadológico. Basta considerar o jogo de seleção e inclusão de frases laudatórias na contracapa de livros, que aparecem originariamente em críticas de jornais e revistas, por exemplo. Da mesma forma, inúmeros programas televisivos buscam uma articulação com as redes sociais (DALMONTE; MATOS, 2012), e incluem no rodapé da tela os elogios de membros de sua audiência.

Das vias de acesso aos textos na contemporaneidade

Como afirma Genette (1987, p.19), cada elemento que integra o paratexto tem sua história própria. Alguns desses elementos coincidem com a própria evolução da literatura e outros ganharam seu status oficial depois de séculos apenas com a invenção do livro,[5] e outras com o advento do jornalismo e das mídias modernas.

Já que os paratextos são vistos como umbrais, Genette (1987, p.413) conclui sua obra afirmando que "o umbral existe para ser atravessado". É por meio da travessia desses umbrais que as vias de acesso aos textos vão sendo estabelecidas. Em um de seus questionamentos acerca da obra literária e das formas de acesso aos textos, Barthes (1972) apresenta uma pergunta emblemática: "por onde começar?"

Considerando-se as possibilidades de produção, armazenamento e distribuição de informações, por exemplo, no contexto das novas mídias, os elementos paratextuais assumem papel relevante para a divulgação de conteúdos. O binômio *apresentar* e *tornar presente* desempenha uma ação pressupondo não apenas o papel da crítica especializada, mas também dando lugar ao leitor comum que, na condição de usuário, pode interagir com outros leitores, divulgar o material, a partir da discussão em torno do mesmo. A mídia interativa, ou reativa, é entendida, então, como uma “caixa de ressonância” (HABERMAS, 2003), que dá eco às questões de interesse social, propiciando a criação de múltiplas esferas argumentativas.

[5] Por livro entende-se a organização como conhecemos hoje: capa com indicação de autoria, casa editora etc.

Como ressaltam Jenkins, Ford e Green (2013), os produtos midiáticos passam a ser concebidos segundo a lógica do "espalhamento" midiático[6]. Em detrimento da lógica de circulação midiática tradicional, Jenkins, Ford e Green (2013, p.1) apresentam uma nova ideia, na qual a tal "mídia espalhável" denota a emergência de um modelo híbrido, que explicita a confluência de forças "de cima para baixo" (fluxo convencional) e "de baixo para cima" (novos fluxos participativos decorrentes de redes sociais, por exemplo). Essa necessária e inevitável mistura de fluxos "alternativos" e "comerciais" torna evidente, assim, uma nova paisagem midiática, na qual os conteúdos são produzidos para uma ampla circulação, compreendendo uma variedade de processos de recirculação.

A reverberação, ou recirculação, dos produtos midiáticos via redes sociais pode seguir distintas lógicas, ou funções: apenas a recirculação, ou agregando novos sentidos - opinião, humor etc. Os diversos fluxos estabelecidos pelos usuários podem indicar os seguintes itinerários, no contexto paratextual:

- **prolongamento da obra**, ou do tempo de circulação, em detrimento do tradicional tempo de exibição;
- **reforço da obra**: ação caracterizada pelo impacto da movimentação nas redes sociais na reconfiguração, ou fortalecimento, da audiência;
- **desqualificação da obra**: ação caracterizada por usos desviantes em relação ao que havia sido proposto pela instância de produção.

No contexto das relações paratextuais, essas ações (prolongamento, reforço e desqualificação) não devem ser vistas como excludentes, tampouco como positivas ou negativas. Em qualquer dessas situações, há o estabelecimento de distintos fluxos e formas de acesso a conteúdos comunicacionais. A qualquer

[6] No original, *Spreadable Media*. Spread tem o sentido de espalhar.

momento, como numa estrutura remissiva, é possível voltar, ou acessar, o elemento textual originário.

Assim, no contexto do espalhamento midiático, as vias de acesso aos textos se dão por distintos umbrais, que agem convocando leitores e reações.

Tomaremos como elemento empírico o vídeo da campanha da Friboi[7], estrelado pelo cantor e compositor Roberto Carlos[8], que foi ao ar em meado de fevereiro de 2014[9]. A narrativa pode ser assim descrita: Roberto Carlos, que há muitos anos se declara vegetariano, aparece numa mesa de restaurante com alguns amigos. O garçom, que conhece o cantor e sabe de sua opção alimentar, entrega um prato com um grande pedaço de carne a uma mulher e para Roberto um prato com uma massa. Sob protesto, o cantor informa que os pratos haviam sido trocados. A essa altura o garçom pergunta: "você voltou a comer carne, Roberto?" e a resposta: "voltei".

Logo depois de o cantor afirmar ter voltado, inicia a música *O portão*[10], composta em parceria com Erasmo Carlos, e integra o álbum *Roberto Carlos*, lançado em 1974. A canção, que é marcante em sua carreira, apresenta a seguinte sequência, usada no vídeo em questão:

---

[7] Marca de carne bovina de uma empresa brasileira.
[8] Também conhecido como O Rei.
[9] Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=q4QXJPk12l8&feature=youtu.be&gclid=CP6d2pHgkr0CFSJo7AodJ 0UAiQ>. Acesso em 14/03/2014.
[10] < http://www.vagalume.com.br/roberto-carlos/o-portao.html>.

Eu voltei,
agora pra ficar,
porque aqui,
aqui é o meu lugar
Eu voltei pras coisas que eu deixei,
eu voltei ...

Assim, numa relação interdiscursiva, são acionados outros elementos para a construção de sentido proposta: a volta ao que havia sido abandonado - no caso, o hábito de comer carne. Contudo, para além dessa proposição de sentido, acontecem manifestações que irão dar novos contornos à campanha em questão.

Imediatamente depois do lançamento da campanha, o vídeo foi postado no *Youtube,* no dia 21 de fevereiro. Com uma rápida e intensa inclusão de comentários negativos (mais de mil em dois dias), a empresa optou por desativar o campo de comentários, no dia 24 de fevereiro de 2014, três dias após sua publicação no site de compartilhamento.

Fernando Meirelles, conhecido cineasta brasileiro, também participou da polêmica e, ao publicar em sua conta no *Twitter* sua impressão sobre a participação do cantor na campanha, ressaltou o elemento central das críticas dos internautas: 1) Roberto Carlos olha com estranhamento para o pedaço de carne e 2) ressalta o cachê milionário recebido pelo cantor. O tensionamento presente na crítica geral à campanha decorre da síntese desses dois pontos: uma celebridade que se força a uma cena que lhe é estranha decorrente de uma opção alimentar (vegetariano x onívoro).

Figura 1: *Tweets* de Fernando Meirelles sobre a campanha estrelada por Roberto Carlos

A partir da recepção negativa à campanha, podem ser localizados inúmeros conteúdos produzidos diretamente sobre o tema em questão e que convocam sempre novos leitores, que acabam por expressar, quase sempre, também desacordo.

- 10 motivos porque a campanha da Friboi com Roberto Carlos é um desastre completo[11]
- Após polêmica, Friboi promove campanha em shows de Roberto Carlos[12]
- Jornal: Após propaganda, Roberto Carlos vai a churrascaria[13]

---

[11] Disponível: <http://musica.br.msn.com/blog/post--10-motivos-porque-a-campanha-do-friboi-com-roberto-carlos-%C3%A9-um-desastre-completo>. Publicado em 25 de fevereiro. Acesso em 27/03/2014.

[12] Disponível: <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Dilemas/noticia/2014/03/apos-polemica- friboi-promove-campanha-em-shows-de-roberto-carlos.html>. Publicado em 26 de março. Acesso em 27/03/2014.

[13] Disponível: <http://diversao.terra.com.br/gente/jornal-apos-propaganda-roberto-carlos-vai-churrascaria,e639130eead05410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html >. Publicado em 29 de março. Acesso em 29/03/2014.

Merece destaque a criação do *Tumblr*[14] Roberto Carlos Recomenda[15]. Iniciando com a frase "Se o Rei anuncia, a gente confia", o *Tumblr* apresenta sempre a mesma sequência: um quadro composto por duas imagens do vídeo da campanha: 1) quando olha com estranhamento para o prato com o pedaço de carne e 2) quando responde "com certeza" ao garçom que afirma sorridente que a carne é Friboi.

Seguindo sempre a mesma narrativa, aparecem no prato do cantor as imagens da garrafinha Dolly, Ana Maria Braga, José Serra e Tony Ramos. Destacamos abaixo um dos *posts*, que satiriza o próprio Roberto Carlos, que recentemente se envolveu numa polêmica sobre biografias. Em seu prato aparece o livro *Roberto Carlos em detalhes*, biografia não autorizada e que teve sua circulação suspensa mediante intensa campanha empreendida por parte do cantor.

[14] Plataforma de blogging que permite a publicação de imagens, textos, áudio e é aberta à interação.
[15] Disponível: <http://robertocarlosrecomenda.tumblr.com/>. Acesso em 26/03/2014.

Figura 2: Post no Tumblr *Roberto Carlos recomenda*

Conclusão

Numa consulta simples a um site de buscas, aparecem inúmeras indicações de textos sobre a polêmica gerada a partir da reação à campanha. Assim, numa relação paratextual, são convocados sempre novos "leitores" e são agregados novos itinerários ao conteúdo. De peça publicitária, o vídeo passa a alvo de crítica por parte dos internautas.

Interessa observar que os vários textos que vão sendo produzidos funcionam como porta de entrada para esses percursos narrativos. Verifica-se, assim, que a ideia de umbral aplica-se com perfeição às novas relações entre leitores e textos na contemporaneidade, pois se entendemos um conteúdo, qualquer que seja, desde um comentário numa rede social a uma matéria de jornal, como um umbral, veremos que podem ser estabelecidos distintos itinerários/caminhos narrativos a partir de cada um deles. Esses caminhos podem tanto indicar um movimento

contínuo, no contexto do espalhamento midiático, quanto um movimento de volta, numa estrutura remissiva, permitindo que se retorne ao ponto originário.

Como num cabo de batalha, é estabelecido um jogo interdiscursivo ao redor de um texto, que propicia o estabelecimento de distintos itinerários narrativos. Estes, por sua vez, podem desempenhar tanto o reforço da obra, quanto uma parcial ou completa ressignificação. A tal "caixa de ressonância" habermasiana (HABERMAS, 2003) é uma perfeita metáfora a nos guiar no atual contexto discursivo das mídias interativas.

Sujeitos e saberes são convocados a todo o instante e, ao atravessar os distintos umbrais, adentram em cenas discursivas não mais como meros leitores/receptores, mas como indivíduos capazes de manifestar suas opiniões. Como resultado, temos novas formas de circulação de discursos, sempre em sobreposição. Se atualmente os conteúdos midiáticos são feitos para se espalharem, vão se espalhando e se mesclando a outras intencionalidades, recebendo sobre sua "pele" as inscrições de rumores e humores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barthes, R. (1972). *Nouveaux essais critiques*. Paris: Seuil.

Bailly, M. A (1901). Abrégé du Dictionnaire Grec-Français. Paris, Librairie Hachete.

Dalmonte, E. (2009). A esfera paratextual: o lugar do leitor-participante no webjornalismo. *Galáxia, 9* (18), 113-124. São Paulo, Disponível: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2645/1685>.

Dalmonte, E., Ortiz, J. (2012, Jan/Jun.). Os bastidores da realidade e a realidade dos bastidores: efeitos de real no site JN Especial. Matrizes, *5* (2). São Paulo - Brasil. Acesso em 15/03/2014. Disponível: <file:///C:/Users/edson/Downloads/243-638-1-PB.pdf>.

Genette, G. (1987). Seuils Paris: Éditions du Seuil.

Genette, G. (1982). Palimpsestes: la littérature au second degré. Paris: Éditions du Seuil.

Habermas, J. (2003). *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Vol. II, (2ª ed.) Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture.* New York University Press.

Manovich, L. (2013). *Software takes command.* New York: Continuum Publishing.

Rigolot, F. (2000). Le paratexte et l'émergence de la subjectivité littéraire. In: Calle-Gruber, M., & Zawisza, E. *Paratextes: études aux bords du texte*. Paris: L'Harmattan.