

SHEILA TERESINHA VIANA BARDINI

O GÊNERO FOTOLOG: UMA ANÁLISE SÓCIO-RETÓRICA

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Linguagem.

Universidade do Sul de Santa Catarina.

Orientador: Prof. Dr. Wilson Schuelter

TUBARÃO, JULHO 2005

SHEILA TERESINHA VIANA BARDINI

O GÊNERO FOTOLOG: UMA ANÁLISE SÓCIO-RETÓRICA

Esta dissertação foi julgada adequada à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão – SC, 18 de julho de 2005.

Prof. Dr. Wilson Schuelter

Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Dr. Adair Bonini

Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof^a. Dra. Diva Marília Flemming

Universidade do Sul de Santa Catarina

A todos que me apoiaram direta e indiretamente, principalmente, à minha família.

Ao Ulisses, meu filho, por me proporcionar amadurecimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela minha vida. Aos meus pais pelas oportunidades e amor. Aos meus irmãos pelo carinho. Ao meu marido, Alberto, pelo companheirismo e compreensão. Aos professores, pelo apoio e ensinamentos adquiridos. E ao professor Wilson pela paciência ao orientar-me.

“Era uma vez, um sábio chinês que um dia sonhou que era uma borboleta, pousando nas flores, vivendo assim, um lindo sonho. Até que um dia acordou e pro resto da vida uma dúvida lhe acompanhou: se ele era um sábio chinês que sonhou que era uma borboleta ou se era uma borboleta sonhando que era um sábio chinês”.(Raul Seixas)

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo principal analisar o *fotolog* como um gênero textual virtual, o chamado gênero digital. Buscamos fundamento em teóricos do hipertexto, identificamos as características hipertextuais relevantes no objeto em estudo e, com base na teoria de John Swales, colhemos subsídios para classificar o *fotolog* como um gênero através do modelo CARS, levando em consideração a linguagem utilizada pelos usuários e os mecanismos de interação via imagens e outros ícones. Pelas características identificadas nesta pesquisa, constata-se o surgimento constante de comunidades discursivas virtuais, que utilizam diversas formas de interação: um modo de escrita diferenciada, utilização de fotografias e ícones formando imagens ou desenhos (*emoticons*). O gênero textual virtual identificado como *fotolog*, na verdade, tem origem na transmutação de gêneros pré-existentes, mais precisamente, do gênero diário. Porém, constatamos que o *fotolog*, apesar de apresentar uma prática de escrita diária (ou quase diária), expõe estes escritos a qualquer um que acesse esta página, o que contraria uma das características dos diários: o segredo. E mais, ele possibilita que o visitante dê sua opinião ao autor do *fotolog*, possibilitando, assim, a interação, fenômeno que um diário comum não possibilita. Diante destes aspectos explicitados, pudemos concluir, ao final da análise dos dados, que o *fotolog* é um gênero emergente e inovador em sua escrita e interação com o outro.

Palavras-chave: *fotolog*, hipertexto, gênero.

ABSTRACT

The main objective of this research is to classify the fotolog as a new virtual text genre, the so called digital genre. Background on hypertext theories was searched, relevant hypertext characteristics were identified and, based on the theory of John Swales, subsidies were collected to classify the fotolog as a new genre through the analysis of its structure on the Web, the language utilized by the users, and the new communication devices by means of the interaction through photos and other icons. Based on the characteristics identified in this research, the sprouting of a new discursive virtual community is evidenced. This discursive community uses diverse forms of interaction: a differentiated form of writing, with the use of photographs and icons forming images or drawings (emoticons). The virtual text genre identified in the fotolog, in fact, has its origin in the transmutation of preexisting genres, particularly the diary genre. However, it became evident that the fotolog, although presenting a daily writing practice (or almost daily), displays these writings to anyone that has access to the page, which contradicts one of the characteristics of the diaries: the secrecy. Moreover, it makes possible for the visitors to write down their opinions, thus enabling an interaction between the writer and the reader which the common diary does not allow to. Based on these aspects, it could be concluded that the fotolog is an emergent and innovative genre in its way of writing as well as in the interaction which it allows between the writer and the reader.

Keywords: fotolog, hypertext, genre.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	REVISÃO TEÓRICA.....	13
	2.1 O HIPERTEXTO	13
	2.2 ABORDAGEM SÓCIO-RETÓRICA DE JOHN SWALES.....	19
	2.2.1 CONCEITUAÇÃO DE GÊNERO E CIBERGÊNERO (OU GÊNERO DIGITAL)	19
	2.2.2 COMUNIDADE DISCURSIVA	22
	2.3 O FOTOLOG	23
3	METODOLOGIA.....	26
4	ANÁLISE DOS DADOS.....	28
	4.1 CARACTERÍSTICAS ESTRUTURAIS	28
	4.2 CARACTERÍSTICAS DA LINGUAGEM.....	38
	4.2.1 <i>Saudações</i>	39
	4.2.2 <i>Expressões de alegria e/ou satisfação</i>	40
	4.2.1 <i>Abreviações</i>	41
	4.2.2 <i>Duplicações de letras</i>	42
	4.2.3 <i>Acentuação</i>	43
	4.2.4 <i>Emoticons</i>	44
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
	REFERÊNCIAS	50

1 INTRODUÇÃO

No mundo atual, o que está revolucionando o universo escrito é o computador. O computador, além de proporcionar maior agilidade nos registros escritos, está mudando nossa maneira de escrever (ou digitar), com o surgimento da Internet.

A Internet é uma “rede mundial de computadores”, que interliga milhares de computadores do mundo inteiro, formando uma gigantesca e verdadeira rede de informações. (OTHERO, 2002, p.11)

E conforme podemos constatar em Lévy (1993), a Internet mudou a vida humana por ser um meio de comunicação mais completo que já existiu, pois une a interatividade e a massa em benefício do próprio homem.

A Internet, através da comunicação mediada por computador, proporcionou a extensão de várias capacidades naturais, pois podemos interagir, tocar numa realidade virtual, construir raciocínios não-lineares e ouvir aquilo que desejamos e conversar com quem não conhecemos.

Através da rede, milhares de pessoas dos mais diversos países podem se comunicar simultaneamente [...]. Nunca as distâncias foram tão curtas. Nunca, também, as pessoas se utilizaram tanto da linguagem escrita para se comunicar (OTHERO, 2002, p.13).

Assim, este meio de comunicação, construído inteiramente de informações, passa a ter um papel central na nossa sociedade nos aspectos espaciais e sociais, denominado de “ciberespaço” ou “espaço virtual”.

A palavra “virtual” vem do latim “virtualis”, que deriva da palavra “virtus”, que significa força, potência. De acordo com Lévy, “o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização” (LÉVY, 1996, p. 16), ou seja, algo possível que ainda não se concretizou. Assim, podemos dizer que o ciberespaço é um “espaço possível” que potencializa qualquer tipo de informação construída num hipertexto, onde o internauta (o usuário) pode interferir ou não.

De outra forma, também, pode-se entender o ciberespaço conforme nos apresenta Cruz e Fernandes:

O ciberespaço tem como características essenciais o dinamismo e a interconexão em tempo real, transformando-se num imenso hipertexto em constante desenvolvimento. Portanto, abre possibilidade de um novo espaço social e cultural, no qual são delineados novos limites para o conhecimento humano. (CRUZ E FERNANDES, 2001, p.71)

Vistas desta forma, a virtualização do cotidiano e, especialmente, a Internet estão nos obrigando a conceber uma nova arquitetura, uma arquitetura dos espaços de comunicação e do conhecimento, que tem por desafio conciliar a cidade “real” e o “ciberespaço”. Para Lévy (1998) estamos vivendo um momento em que descobrimos novas formas de organização e transmissão das tradições. Há, hoje, uma inteligência coletiva, que é a comunidade dos usuários, que pode reorganizar, a todo momento, as massas de informação disponíveis *on-line*, por meio de conexões transversais e simultâneas. É essa inteligência coletiva que está se contrapondo à cultura verticalizada na qual vivemos até agora.

A mídia digital está promovendo mudanças radicais no comportamento do homem moderno. A interatividade e a compulsividade de estar *on-line* e de obter respostas imediatas levam as pessoas a ficar conectadas a um mundo virtual, sem fronteiras, pois, a Internet “criou uma imensa rede social (virtual) que liga os mais diversos indivíduos pelas mais diversifica-

das formas numa velocidade espantosa e, na maioria dos casos, numa relação síncrona” (MARCUSCHI, 2002, p.20)

Os jovens, principalmente, experimentam e adquirem esta facilidade de relacionar-se com as tecnologias audiovisuais e informáticas, numa nova maneira de cumplicidade expressiva: é em seus relatos e imagens, em suas sonoridades, fragmentações e velocidades que eles encontram seu idioma e seu ritmo.

Segundo Viana (2005), um dos aspectos relevantes destes novos ambientes virtuais é justamente a sua linguagem característica, marcada principalmente pela iconização da mensagem, mais conhecida como *emoticons*¹ ou *smileys*.

Com a Internet, vieram novas palavras e expressões, em forma de comandos ou aplicações, muitas sem correspondentes em nossa língua. Pois com a soberania da língua inglesa, a grande maioria dos *softwares* disponíveis no país é justamente em inglês. Assim, a tendência natural é o abasileiramento desses termos, na medida em que o meio vai se popularizando: como por exemplo, *linque*, ao invés de *link*.

Em se tratando de informática e Internet, é inegável reconhecer a supremacia da língua inglesa em relação às demais. Na Internet, estima-se que cerca de 78% dos sites estejam em inglês. Graças à dominação econômica e tecnológica exercida pelo verdadeiro império norte-americano, pessoas do mundo inteiro se comunicam diariamente em inglês em salas de bate-papo internacionais. Não bastasse isso, mesmo quem deseja se comunicar em seu próprio idioma irá se deparar com termos vindos das terras do tio Sam. (OTHERO, 2002, p.60)

Mesmo sendo o idioma inglês predominante, os usuários não o tomam por um empecilho de interação, pois a Internet, apesar da predominância escrita, possui outros recursos de comunicação, como imagens e sons, o que a torna ainda mais atrativa e fascinante. Conforme Galli, “a comunicação virtual introduz um conceito de descentralização da informação e do poder de comunicar. Todo computador, conectado à Internet, possui a capacidade

¹ Do inglês *emotin + icons* ou ícones de emoção. São combinações de caracteres do teclado do computador que os participantes de *chat* utilizam para expressarem emoções durante a conversação (ARAÚJO, 2004, p.99)

de transmitir palavras, imagens e sons” (GALLI, 2002, p. 123), possibilitando, assim, a interação com várias pessoas, de qualquer lugar do mundo.

Na busca de uma nova forma de comunicação e interação com o outro surgiu o *fotolog*, que é uma adaptação do *blog*. O *fotolog* foi criado em 2002 por Adam Seifer, juntamente com Scott Heiferman, que idealizaram a interface utilizada, e Spike, responsável pela implementação do site na Internet.

Segundo Ponte, em artigo publicado na rede mundial,

depois dos blogs, os internautas passam a ter um novo hobby tecnológico: o fotolog. Ele mistura o blog (um diário online) com fotografias. Assim, o usuário de um fotolog, denominado fotologger, ganha um endereço dentro de um site especializado, onde mostra suas fotos e conta histórias para seus visitantes. O site americano Fotolog.Net lançou a idéia e, com quase dois anos de existência, já possui concorrência de sites que oferecem o mesmo tipo de serviço. Porém, com tanta difusão, é importante saber se o fotolog está conseguindo incluir mais pessoas na Internet e se está democratizando as tecnologias de informação (PONTE, 2005, p. 1).

Ainda segundo ela, o *fotolog* acabou se tornando um lugar democrático, dinâmico e interativo, onde o internauta é seu próprio editor e tem espaço para falar sobre o que quiser.

Em relação às imagens, na matéria “Fotolog ultrapassa 1 milhão de imagens”, publicada no site *Panopticon*, em outubro de 2004, os criadores explicam que “para a maioria das pessoas, é mais fácil ver algo interessante do que dizer algo interessante”. (ibidem, p. 1)

Nossa proposta de pesquisa é a de fazer a análise do *fotolog*, na tentativa de caracterizá-lo como um gênero textual virtual (digital) ou cibergênero, pelo qual as pessoas interagem por meio de imagens (fotos) e não apenas com a utilização da escrita. Conforme Marcuschi (2003) “os gêneros textuais são a nossa forma de inserção, ação e controle social”, será que as pessoas utilizam os *fotologs* apenas para interagir no meio social ou utilizam esta ferramenta para registrarem seus momentos como um diário, um “diário aberto à visitação pública”?

É neste contexto que tentaremos caracterizar o *fotolog* como um gênero, que se tornou um fenômeno entre os jovens, somente possível por causa da Internet.

2 REVISÃO TEÓRICA

Na busca de pressupostos teóricos que nos auxiliem a entender o fenômeno *fotolog*, faremos uma apresentação das teorias de base da pesquisa. Retomaremos o Hipertexto, já que o objeto desta pesquisa é encontrado somente na Internet, possuindo, assim, características hipertextuais relevantes, como o uso de ícones, links, imagens, etc., e faremos um resumo dos tópicos mais importantes sobre Gênero Textual de alguns autores, mas, principalmente a teoria estudada a partir da perspectiva de John Swales (1990).

2.1 O hipertexto

Amparadas nas tecnologias digitais e na convergência multimídia, as transformações atingem tanto a estrutura e propriedade dos veículos, quanto a pesquisa, produção e difusão da informação.

Os estudos sobre os processos de comunicação na era dos meios eletrônicos percorrem o caminho de construir e desconstruir conceitos. Noções como interface, interatividade, hipertexto, hipermídia, virtual, ciberespaço, cibercultura e outras, parecem indicar não apenas uma redefinição do papel dos meios de comunicação no contexto histórico e cultural da humanidade, mas um novo direcionamento das relações do homem com tudo ao seu redor e fora dele também.

Para Lévy (1993), se a hipertextualidade não é uma “invenção” moderna, já que se encontram alguns registros históricos dessa estrutura narrativa em obras na Ciência, na literatura e na Filosofia, ela ganha impulso com o avanço da crescente ação dialógica entre o homem e a técnica. Tomando a concepção de hipertextualidade como ponto de convergência de outros conceitos, constatamos que ela revela os limites e por isso mesmo, a falência do discurso tradicionalmente lógico, acabado, fechado em si. As infinitas possibilidades de conexões entre trechos de textos e textos inteiros favorecem a flexibilização das fronteiras entre diferentes áreas do conhecimento humano.

Parafraseando as “tecnologias da inteligência” de Piérry Lévy (1993, p. 25-26), podemos dizer que a estrutura do hipertexto constitui-se a partir de seis princípios e que estes se encontram interligados.

- a) *princípio de metamorfose*: a composição, a extensão e a configuração da rede hipertextual estão em constante mudança. A dinâmica explica-se pela permanente abertura da rede ao exterior (princípio da exterioridade) e pela multiplicidade de conexões possíveis (princípio da heterogeneidade). A real forma, dimensão e estrutura da rede não são passíveis de serem apreendidas;
- b) *princípio da heterogeneidade*: tanto os nós quanto as conexões entre eles são heterogêneos. Textos, sons, imagens compõem uma linguagem única, integrados pela digitalização, e podem compor uma mesma mensagem. A apreensão numérica da realidade permite que as conexões entre elementos heterogêneos (por exemplo, texto-imagem) se processem automaticamente e com um grau de precisão quase absoluto;
- c) *princípio de multiplicidade e de encaixe das escalas*: a organização do hipertexto é fractal, ou seja, qualquer nó ou conexão revela-se composto por toda

uma rede. Tem-se a imagem de que cada hipertexto é um sub-hipertexto de um hipertexto maior;

- d) *princípio de mobilidade dos centros*: a rede hipertextual não tem um centro único, mas diversos centros móveis e temporários, em torno dos quais se organizam infinitos rizomas;
- e) *princípio da exterioridade*: não há unidade orgânica nem motor interno e a rede encontra-se aberta permanentemente ao exterior, o qual é responsável pelas suas configurações e reconfigurações constantes. Esse princípio caracteriza a permanente abertura da rede hipertextual ao exterior. Interior e exterior não são nitidamente determinados, estabelecendo-se, tópica e momentaneamente, fronteiras móveis, apenas com finalidades operacionais. No momento em que se aciona um link, o que então está no exterior de determinado hipertexto passa a integrá-lo; e
- f) *princípio da topologia*: a rede constitui o próprio espaço em que são traçados distintos percursos hipertextuais. Esse princípio designa que a rede hipertextual funciona na base da proximidade, à medida que os links aproximam espaços e temporalidades – é possível, por exemplo, linkar um texto do dia com outro de arquivo, ou ainda informações produzidas em países distantes geograficamente.

Fundadas nesses princípios, delineiam-se as características que, imbricadas, reconfiguram a escrita e a leitura no ambiente informático por meio do emprego do hipertexto eletrônico. Antes de tudo, é preciso ressaltar que não existe um hipertexto geral, mas níveis de hipertexto que se apresentam conforme a realização do que a ferramenta oferece como potencialidade.

O hipertexto potencializa, assim, a leitura multiseqüencial e a construção de sentidos, noções já presentes no suporte impresso. É notório que qualquer texto só adquire sentido por meio da leitura. É ali onde são feitas as associações propostas ou não pelo autor, onde ocorre a interpretação e se produzem as suas significações.

Assim, o hipertexto eletrônico favorece e fortalece a intertextualidade, isto é, a abertura do texto ao exterior e são temporárias e móveis. O conceito designa comumente o ato de conectar textos de *sites* distintos a partir de temáticas semelhantes, em comparação à intratextualidade. Mas se refere também à abertura do texto ao leitor, situado fora (ainda que provisoriamente) do hipertexto. Nesse sentido, é preciso relacionar a intertextualidade aos processos de leitura, ou seja, à rede de interconexões de sentidos.

Afirma George Landow

As a reader, you must decide whether to return to my argument, pursue some of the connections I suggest by links, or, using other capacities of the system, search for connections I have not suggested. The multiplicity of hypertext, which appears in multiple links to individual blocks of text, calls for an active reader (LANDOW, 1997, p.6).

Na realidade, a hipertextualidade não está presente somente na Internet, mas é, confirmadamente, a mais organizada e rápida. O único problema em “navegar” é a facilidade que temos em nos perder do nosso ponto inicial de navegação, devido ao universo de informações que nos é disponibilizado na Web, o que não acontece em uma leitura linear. (Lévy, 2002)

Landow comenta sobre a possibilidade de o hipertexto ter um centro, porém, de difícil localização, já que, um *link* interliga outro *link* e assim sucessivamente.

Hypertext, in other words, provides an infinitely recenterable system whose provisional point of focus depends upon the reader, who becomes a truly active reader in yet another sense. One the fundamental characteristic of hypertext is that is composed of bodies of linked texts that have no primary axis of organization. In other words, the metatext or document set – the entity that describes what in print technology is the book, work, or single text – has no center. (LANDOW, 1997, p. 36-37)

O hipertexto possibilita novas formas de ler e escrever. Poderíamos também adotar como noção de hipertexto, o conjunto de informações textuais, podendo estar combinadas com imagens (animadas ou fixas) e sons, organizadas de forma a permitir uma leitura (ou navegação) não-linear, baseada em indexações e associações de idéias e conceitos, sob a forma de *links*. Os *links* agem como portas virtuais que abrem caminhos para outras informações.

Lévy afirma:

o hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertexto. Os itens de formação não são ligados linearmente, como em uma corda como nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. (LÉVY, 1993, p. 33).

A compreensão de hipertexto para Conklin, citado por Leiro (1994, p. 39), é de “janelas na tela são associadas com objetos na base de dados e ligações são estabelecidas entre estes objetos, tanto graficamente na forma de marcas rotuladas, como na base de dados na forma de ponteiros”.

Para Smith (1988, p.46, apud LEIRO, 1994) “hipertexto é uma abordagem da gestão de informação na qual os dados são armazenados em uma rede de nós conectados por ligações. Os nós podem conter textos, gráficos, áudio e vídeo, bem como programas de computador ou outras formas de dados”.

Para Shneiderman & Kearsley (1989, p.63, apud LEIRO, 1994),

o hipertexto pode ser uma rede de nós e ligações entre documentos, onde documentos são nós e as ligações são referências cruzadas. As redes podem ter a forma de hierarquia, embora geralmente as associações entre os nós sejam mais complexas. Os nós ligações não se restringem a textos, mas podem ser gráficos, fotos, sons, narração ou seqüências animadas (vídeo). Quando os documentos são de natureza (tipo) multimeios, o termo hipermídia é freqüentemente usado.(apud LEIRO, 1994, p. 38)

O termo hipertexto (hypertext, em inglês) foi criado por Theodore Nelson, em 1965, para se referir a textos produzidos pelos avanços tecnológicos. Para ele, de acordo com

Landow (1997) o hipertexto significa uma escrita não-linear, permitindo que o leitor escolha a melhor forma de interação com o texto.

I mean non-sequential writing – text that branches and allows choices to the reader, best read at an interactive screen. As popularly conceived, this is a series of text chunks connected by links which offer the reader different pathways. (NELSON, 1997 apud LANDOW, 1997, p. 3)

Para Correa, o hipertexto possibilitava novas formas de ler e escrever, formando um conjunto de informações textuais, onde se podem combinar “imagens (animadas ou fixas) e sons, organizados de forma a permitir uma leitura (ou navegação) não-linear, baseada em indexações e associações de idéias e conceitos, sob a forma de *links*” (apud PINHO; BRAGA, 2005).

Na narrativa hipertextual é possível oferecer múltiplas possibilidades de leitura através das quais os próprios leitores constroem sucessões temporais e escolhem personagens, realizando saltos com base em informações referenciais (CORREIA e ANDRADE, 2003, p.45)

O hipertexto é, neste contexto, um modo de interagir com textos e não só uma ferramenta como os processadores de textos. Por sua característica, o usuário interliga informações intuitivamente, associativamente.

Essa leitura praticada pelo usuário é chamada de “navegação”, mecanismo pelo qual a instantaneidade da passagem de um nó a outro permite generalizar e utilizar em toda sua extensão o princípio da não-linearidade. Isto se torna norma, um novo sistema da escrita, uma metamorfose da leitura.

Podemos verificar, então, que todos os autores citados partem de uma base comum, concordam que o hipertexto é um texto onde o leitor pode interagir, fazendo uma leitura não linear, pois, na medida em que é lido, as pessoas podem acessar outros textos, que funcionam como notas de rodapés em livros convencionais.

Assim sendo, podemos analisar o hipertexto como ferramenta indispensável ao *fotolog* dos jovens, que vivem e atuam diariamente como personagens centrais de suas histórias, dividindo suas alegrias e tristezas com as pessoas através de suas máquinas.

2.2 Abordagem sócio-retórica de John Swales

Para que possamos compreender o *fotolog* como um gênero, nos apoiamos na abordagem sócio-retórica de John Swales, que entende o gênero como um evento comunicativo, utilizado por um grupo determinado de pessoas, o qual ele designa como comunidade discursiva.

2.2.1 Conceituação de gênero e cibergênero (ou gênero digital)

De acordo com Marcuschi (2004), os estudos sobre gêneros textuais vêm sendo realizados desde a década de 60, porém, muitos aspectos ainda não foram totalmente esclarecidos. Um dos autores que mostra uma base teórica sobre o tema é Mikhail Bakhtin,

Para ele, os gêneros textuais ou do discurso (como ele se refere em seu texto) são “tipos relativamente estáveis de enunciados” (1992), pois,

enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua mas, acima de tudo, por sua construção composicional (BAKHTIN, 1992, p.261)

Na realidade, para Bakhtin os gêneros surgem num contexto social e não aleatoriamente.

O mesmo pensa Swales. De acordo com Hemais e Rodrigues, o autor entende que “o texto deve ser visto em seu contexto e não pode ser completamente entendido e interpretado apenas por meio de uma análise de elementos lingüísticos” (2005, p. 109-110).

Assim, para Swales (1990) a definição de gênero é a seguinte:

Um gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos exemplares compartilham os mesmos propósitos comunicativos. Esses propósitos são reconhecidos pelos membros mais experientes da comunidade discursiva original e portanto constituem a razão do gênero. A razão subjacente dá o contorno da estrutura esquemática do discurso e influencia e restringe as escolhas de conteúdo e estilo. O propósito comunicativo é o critério que é privilegiado e que faz com que o escopo do gênero se mantenha focado estreitamente numa determinada ação retórica compatível com o gênero. Além do propósito, os exemplares do gênero demonstram padrões semelhantes mas com variações em termos de estrutura, estilo, conteúdo e público alvo. Se forem realizadas todas as expectativas em relação àquilo que é altamente provável para o gênero, o exemplar será visto pela comunidade discursiva original como um protótipo. Os gêneros têm nomes que são herdados e produzidos pelas comunidades discursivas e importados por outras comunidades. Esses nomes constituem uma comunicação etnográfica valiosa, porém tipicamente precisam de validação adicional (apud HEMAIS e RODRIGUES, p. 5)

Marcuschi (2003) nos chama atenção que os gêneros surgem conforme a evolução e necessidades da vivência social. Ele também concorda com Bakhtin ao dizer que os gêneros “são entidades sócio-discursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa” (p.19). E vai mais além, ao dizer que eles estão surgindo em grandes quantidades para poderem acompanhar a evolução da tecnologia. Aliás, ele pondera que os gêneros são caracterizados muito mais por uma função/finalidade do que por sua formação estrutural.

Os gêneros textuais surgem, situam-se e integram-se funcionalmente nas culturas em que se desenvolvem. Caracterizam-se muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por suas peculiaridades lingüísticas e estruturais (*ibidem*, p.20).

Em um estudo sobre o conceito de gênero textual/discursivo, Bonini (2004) faz um apanhado das várias definições dadas ao gênero por diversos pesquisadores, entre eles estão os que aqui citamos, além de outros como Biber, Meurer, Bhatia, Bronckart e o próprio autor do estudo.

A princípio, Bonini revela que é muito complicado conceituar o gênero textual, pois “os gêneros variam em aspectos diversos” (2004, p.3), tornando difícil mostrar suas características em comum.

Guardados as peculiaridades teóricas, vamos ver o gênero como um tipo de enunciado, em Bakhtin (1953), Swales (1990) e Bhatia (1993), pois, nestes trabalhos, a unidade caracterizada corresponde a uma ação de linguagem realizada sobre um outro interlocutor. É delimitada pela alternância entre enunciadorees. O foco, neste caso, está na unidade de interação, e a unidade de linguagem é pensada como um lance de um indivíduo enunciadoree na interação.

Em Biber (1988), Meurer (2000), Bronckart (1997) e Bonini (2001a) o gênero é entendido como um tipo de texto, ou seja, como uma organização cognitiva, determinada por um meio social específico. Diz respeito, principalmente, à forma típica do texto que pode ser produzido naquele meio. O foco está na composição textual, no modo de organização das informações do gênero. Neste caso também, o texto é entendido como algo que produz uma unidade individual de interação. (BONINI, 2004b, p.8)

E o que difere o gênero tradicional do gênero digital? Para Sheperd e Watters (1999, p.1) a principal diferença está no suporte utilizado para a divulgação do texto, o computador, mais especificamente a Internet, onde o texto passa a ser um hipertexto.

The combination of the computer and the Internet has been such a powerful trigger that it has resulted in the emergence of a new class of genre, which we call cyber-genre, existing in this new medium (SHEPERD e WATTERS, 1999, p. 1)

Além do ambiente virtual, outra característica que os autores citam como diferencial entre o gênero tradicional e o gênero digital é a tríade <conteúdo, forma, funcionalidade>. Conforme explica Araújo, citando os autores acima, a funcionalidade seria “o conjunto de possibilidades interativas que o novo meio digital oferece, a saber: navegar por *links*; enviar e-mails; buscar informações; participar de discussões; fazer pedidos de compra; solicitar informações” (ARAÚJO, 2003, p. 139) as quais só existem na mídia virtual.

Constatamos, assim, que o diferencial dos cibergêneros é a interatividade, ou melhor, forma como a interatividade acontece, para qual Marcuschi apresenta a seguinte reflexão:

É inegável que a tecnologia do computador, em especial com o surgimento da Internet, criou uma imensa rede social (virtual) que liga os mais diversos indivíduos pelas

mais diversificadas formas numa velocidade espantosa e, na maioria dos casos, numa relação síncrona. Isso dá uma nova noção de interação social (MARCUSCHI, 2004, p. 20).

2.2.2 COMUNIDADE DISCURSIVA

Para John Swales, em sua perspectiva sócio-retórica, um gênero textual deve ser analisado através de uma comunidade discursiva, já que o gênero se origina em uma delas.

John Swales (1990) conceitua “comunidade discursiva” como um grupo de pessoas que possuem os mesmos objetivos e que, conseqüentemente, utilizam e reconhecem os mesmos “gêneros”, que para ele são classes de eventos comunicativos que possuem características estáveis. E esses eventos comunicativos acontecem por meio de um conjunto de atividades diferenciadas.

genres are the properties of discourse communities; that is to say, genres belong to discourse communities, not to individuals, other kinds of grouping or to wider speech communities. Genres themselves are classes of communicative events which typically possess features of stability, name recognition and so on. Genre-type communicative events (and perhaps others) consist of texts themselves (spoken, written, or a combination) plus encoding and decoding procedures as moderated by genre-related aspects of text-role and text-environment. These processing procedures can be viewed as *tasks*. (SWALES, 1990, p. 9)

Uma comunidade discursiva, por sua vez, possui características específicas para ser classificada como tal. Essas características foram definidas por Swales em 1990, porém ele as reviu e as aprimorou em 1992:

- *Idéia de classe*: “o gênero é uma classe de escritos comunicativos” a qual é constituída “do discurso, dos participantes, da função do discurso e do ambiente onde o discurso é produzido e recebido”.

- *Propósito comunicativo*: todo gênero tem um objetivo, que, muitas vezes, é de difícil identificação, mas existe, já que motiva uma ação e é vinculado ao poder.
- *Prototipicidade*: “um texto será classificado como sendo do gênero se possuir os traços especificados na definição do gênero”, ou seja, para classificarmos um texto como sendo de *tal* gênero, ele deverá possuir características que só este gênero possui.
- *Razão ou lógica subjacente*: o gênero deve possuir uma lógica específica para que os que o utilizam possam reconhecê-lo. “A razão, vinculada às convenções do discurso, estabelece restrições em termos de conteúdo, posicionamento e forma”
- *Terminologia*: é a denominação dada a um tipo de gênero para que a comunidade discursiva possa reconhecê-lo e usá-lo. “Os termos atribuídos aos gêneros são indicadores de como os membros experientes e ativos da comunidade (...) entendem a ação retórica das classes de eventos comunicativos”.

2.3 O Fotolog

A princípio, o *fotolog* é uma variação do chamado *weblog* ou *blog*, sendo que este, de acordo com Komesu “é concebido como um espaço em que o escrevente pode expressar o que quiser na atividade da (sua) escrita, com a escolha de imagens e de sons que compõem o todo do texto veiculado pela Internet” (2004, p. 113). De maneira mais simples, um *blog* é visto, conforme Marcuschi, como um “diário pessoal”. Porém, este diário pode ser visitado por qualquer pessoa, pois fica disponível na *web*.

Esta forma de página pessoal evoluiu tanto, que hoje há os *fotologs*, ou seja, os *blogs* com fotos. Neste tipo de *blog*, também há espaço para interatividade.

Qualquer blog tem uma abertura para receber comentários, pois são interativos e participativos. Não são como e-mail nem como chats, pois cada qual pode pôr no livro do outro o seu recado ou comentário sobre algo que o outro escreveu. (MARCUSCHI, 2004)

Mas, podemos nos perguntar: qual a finalidade do *fotolog*? De acordo com Komesu “a parcela da população que usufrui de computador e Internet pode utilizar o software (do weblog) para a expressão de seus sentimentos, principalmente, na atividade escrita – e por meio de outras semioses, como a imagem e o som” (2004), como é o caso dos *fotologs*, que dividem com os internautas vários momentos pessoais e sociais do blogueiro, através de fotos. Porém, a autora levanta a questão do exibicionismo, já que, apesar de ser comparado a um diário tradicional (por constar acontecimentos e pensamentos relatados quase diariamente), o *blog* se diferencia dele porque não esconde nada de outras pessoas e, sim, as expõem. “Os blogs são redigidos para que as histórias pessoais sejam compartilhadas abertamente” (*ibidem*, p.117)

Marcuschi concorda com Komesu ao comparar o *blog* ao programa televisivo **Big Brother Brasil**, onde as pessoas buscam a autopromoção (divulgação), o que para muitas pessoas é muito importante.

Trata-se de um Big Brother da Internet dinâmico, interativo e instigante. Quem mantém um *blog* pessoal com sua intimidade diariamente exposta pode ser visto por todos (2004)

Outra finalidade, no entanto, diz Komesu é a busca de respostas para questões pessoais (ainda) não resolvidas que, através da exposição nos *blogs/fotologs*, estas possam ser esclarecidas: “A necessidade do Outro para a constituição do sujeito é imprescindível e depende dos suportes materiais utilizados” (2004, p.119).

Por este ou outros motivos que o *fotolog* está, cada vez mais, atingindo um número muito grande de adeptos, principalmente, adolescentes. Este tipo de *site* promove uma grande interação entre os adolescentes de qualquer lugar do mundo, pois possibilita novas amizades.

O formato deste *site* é simples e de fácil manipulação. Todos os dias, é possível que se insira uma nova foto, com um novo comentário. E qualquer usuário da Internet pode acessá-lo e deixar seu recado para o blogueiro.

No capítulo da análise, explicitaremos sobre a estrutura de funcionamento e a linguagem utilizada nesta ferramenta de interação da Internet.

3 METODOLOGIA

Para analisar e conceituar o *fotolog* como um gênero digital, nos embasamos na teoria de John Swales (1990) sobre gêneros textuais. Ele criou um método chamado CARS (*create a research space*) para analisar os gêneros textuais. De acordo com Hemais e Rodrigues (2005, no prelo), Swales, primeiramente, analisou um *corpus* de 48 introduções de artigos científicos e depois um *corpus* de 110 exemplares de introduções de três áreas diferentes, juntamente com outro pesquisador Hazem Najjar, para consolidar o modelo de análise.

A primeira versão do modelo CARS consistia em quatro movimentos (*moves*), porém, após vários pesquisadores não diferenciavam o movimento 2 do movimento 3 e isto fez com que Swales (1992) resumisse o modelo em três movimentos que possuem alguns passos (*steps*) em cada um dos movimentos, como podemos verificar na quadro abaixo:

<u>MOVIMENTO 1: ESTABELCER O TERRITÓRIO</u>		
Passo 1 – Estabelecer a importância da pesquisa	e/ou	↓
Passo 2 – Fazer generalização/ões quanto ao tópico	e/ou	
Passo 3 – Revisar a literatura (pesquisas prévias)		Diminuindo o esforço retórico
<u>MOVIMENTO 2: ESTABELECE O NICHU</u>		↓
Passo 1A – Contra-argumentar	ou	
Passo 1B – Indicar lacuna/s no conhecimento	ou	
Passo 1C – Provocar questionamento	ou	Enfraquecendo os possíveis questionamentos
Passo 1D – Continuar a tradição		
<u>MOVIMENTO 3: OCUPAR O NICHU</u>		↓
Passo 1A - Delinear os objetivos	ou	
Passo 1B – Apresentar a pesquisa		

Passo 2 – Apresentar os principais resultados	Explicitando
Passo 3 – Indicar a estrutura do artigo	o trabalho

A fim de identificar as características de um site de *fotolog*, visitaremos e descreveremos a estrutura e a linguagem utilizada pelos blogueiros em nove páginas. Por meio de identificação das características de funcionamento deste tipo de blog, comparemos os dados no sentido de verificar a organização deste gênero digital de interação.

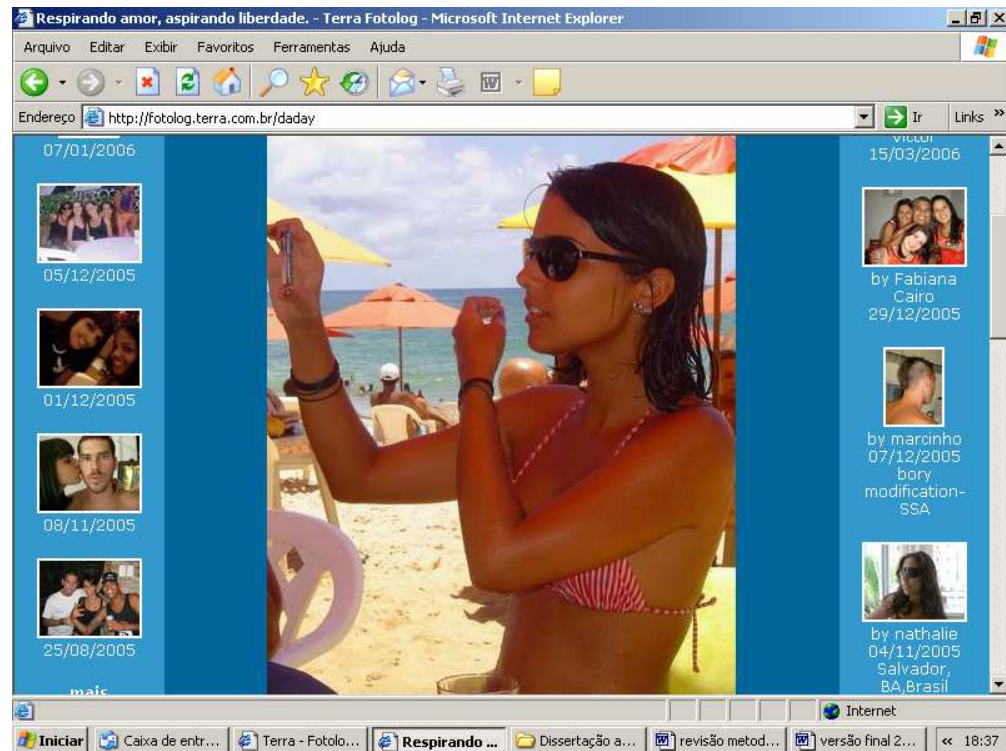
Para tanto, acessaremos as páginas de *fotolog*, “navegaremos” via fotografias que os blogueiros disponibilizam e leremos os comentários dos visitantes sobre as fotos. Colhendo os comentários dos visitantes, recortaremos variações de escrita e expressões criadas por imagens, na tentativa de constatar a existência de uma maneira diferenciada de interagir com o outro.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, apresentamos a análise dos dados feita através da adequação do modelo CARS, de John Swales, dos sites de *fotolog*. Os conceitos de hipertexto e de gênero, conforme exposto em capítulo anterior, são fundamentais para a caracterização do *fotolog* como um gênero textual digital. Assim, buscando embasamento nas teorias já expostas, realizaremos a pesquisa em dez páginas de *fotolog* em duas partes: a) análise da estrutura composicional da página na Internet e b) análise da linguagem utilizada na interação entre blogueiro e visitante.

4.1 CARACTERÍSTICAS ESTRUTURAIS

De maneira geral, o que se pôde observar em todas as páginas de *fotolog*, o que predomina como foco são as fotos. A linguagem escrita segue em segundo plano e, basicamente, de duas formas: os comentários do blogueiro e os comentários dos visitantes. Vejamos no exemplo:

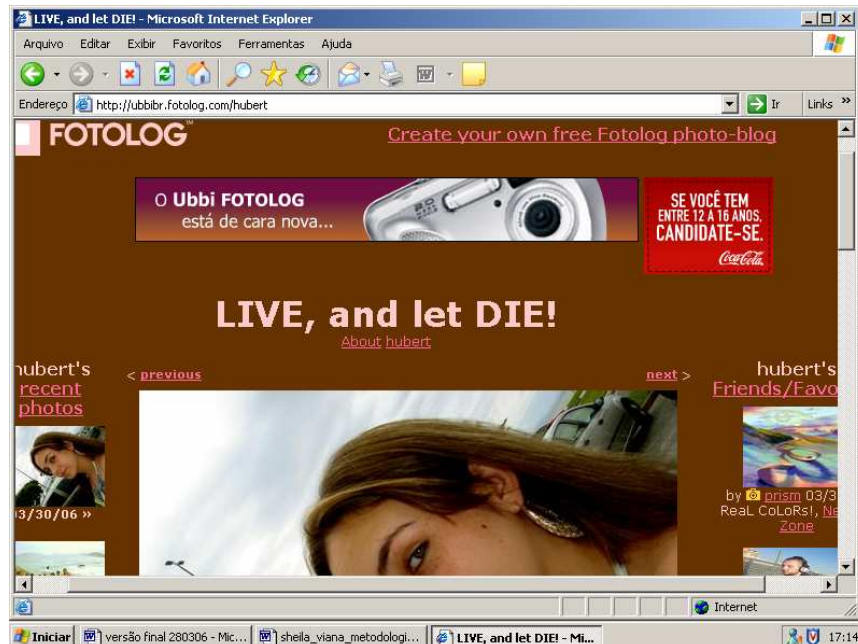


Assim, para entendermos melhor este gênero, fizemos uma descrição da página de *fotolog*, seguido por alguns exemplos.

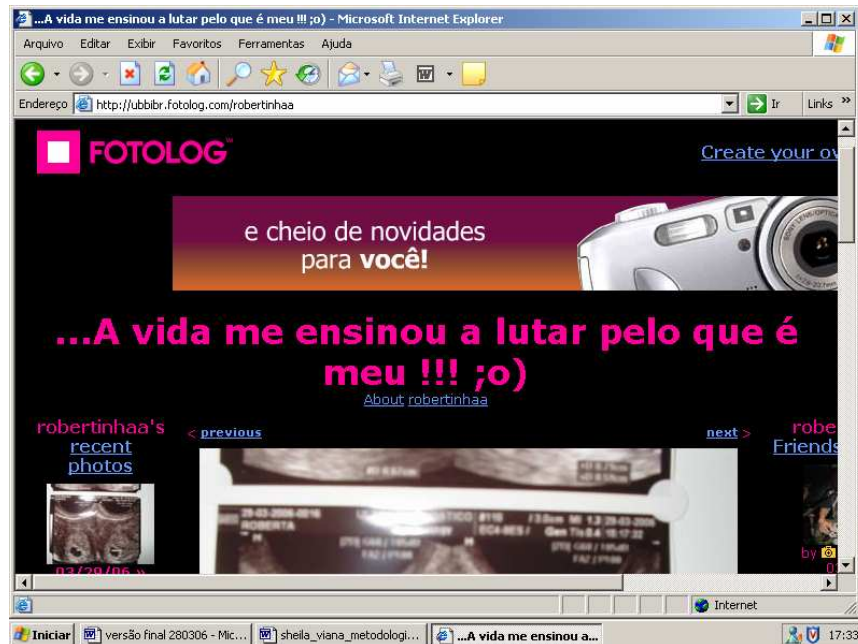
Com base no corpus, constata-se que todas as páginas de *fotolog* apresentam um título, mas nem sempre este título é uma frase. Simplesmente, pode ser o nome ou apelido do blogueiro.



Em outras páginas, há blogueiros que expõem no título de abertura da página, uma frase, com opiniões dos mais variados assuntos, como no exemplo a seguir.



Geralmente, essas frases de abertura, são “ditos populares” ou pensamentos de poetas/escritores renomados, ou ainda, trechos de músicas conhecidas e apreciadas pela comunidade dos blogueiros:

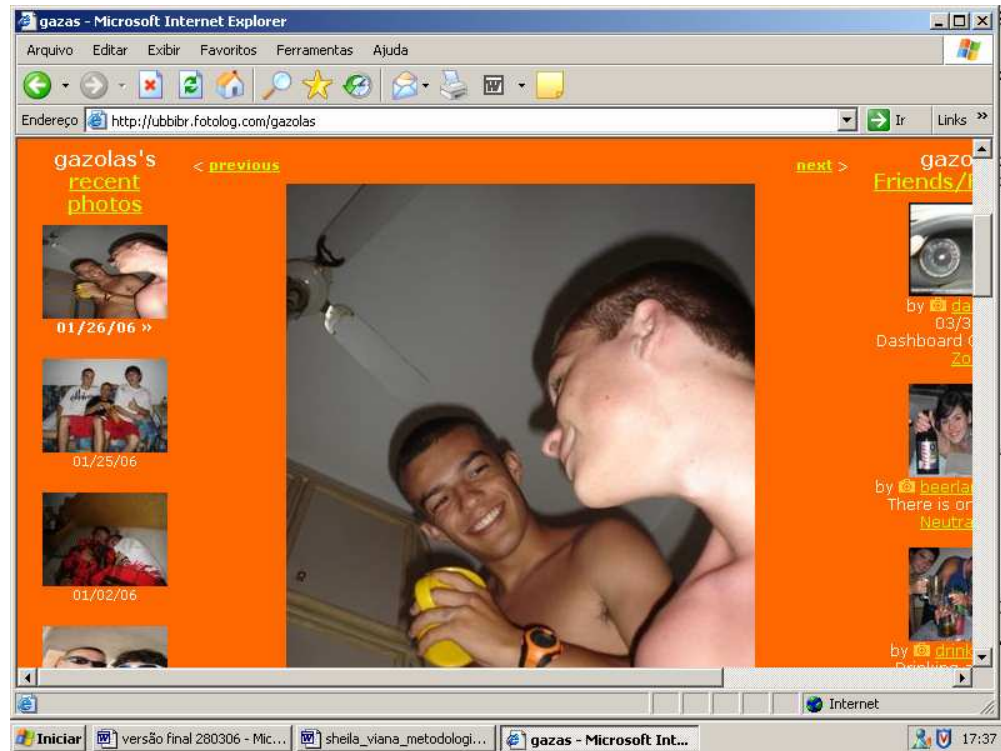


Ainda temos outros tipos de frases, com duplo sentido ou cômicas, mostrando uma personalidade mais extrovertida do blogueiro.

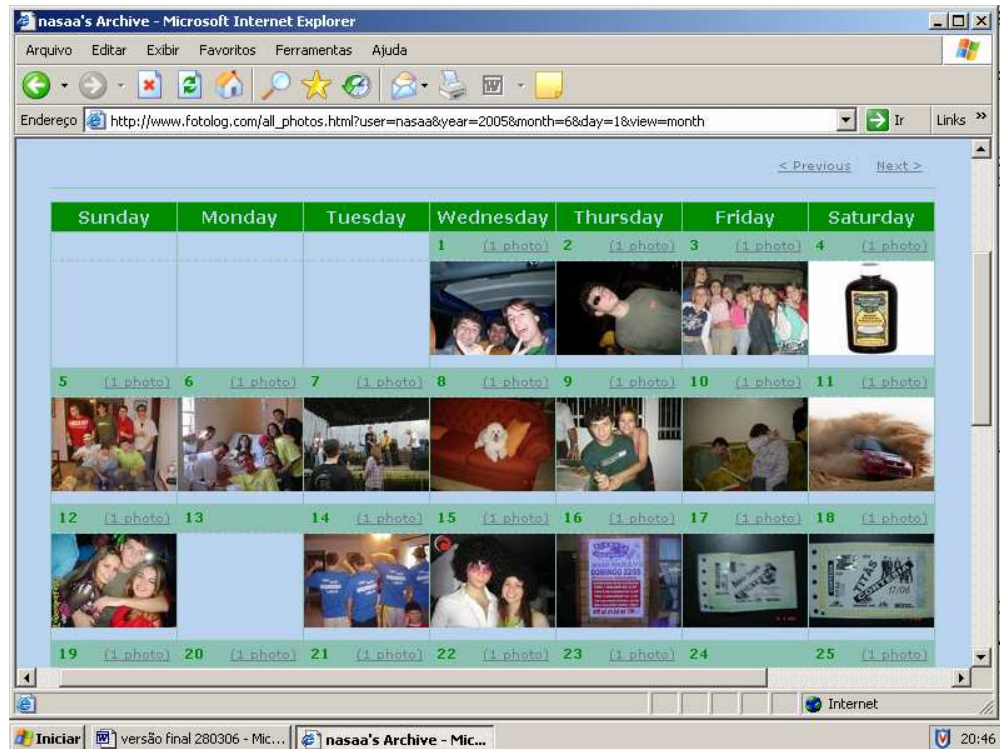


Semanticamente, nota-se que estas palavras ou frases variam bastante de página para página, mas mantém seu status de título do *fotolog*.

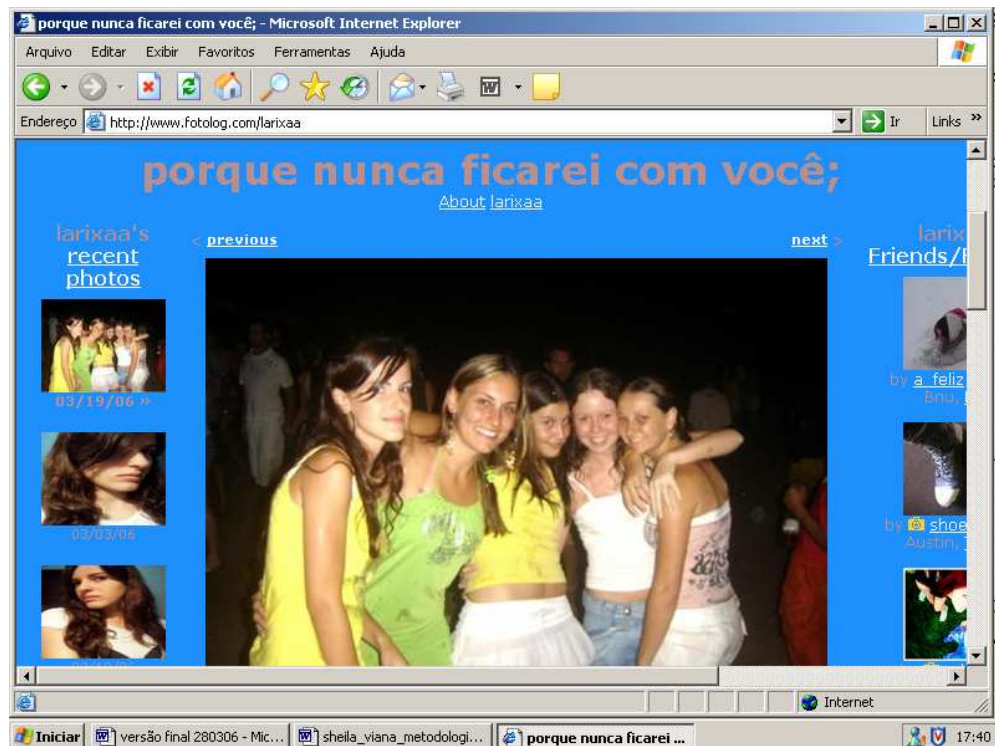
Num segundo momento, verificamos uma estrutura mais estável entre os fotologs visitados. A seqüência de fotos é disponibilizada da mesma maneira, porém à esquerda da página, numa relação vertical, com cinco ou seis fotos, datadas de forma crescente, com o título em inglês “Recent photos” (fotos recentes):



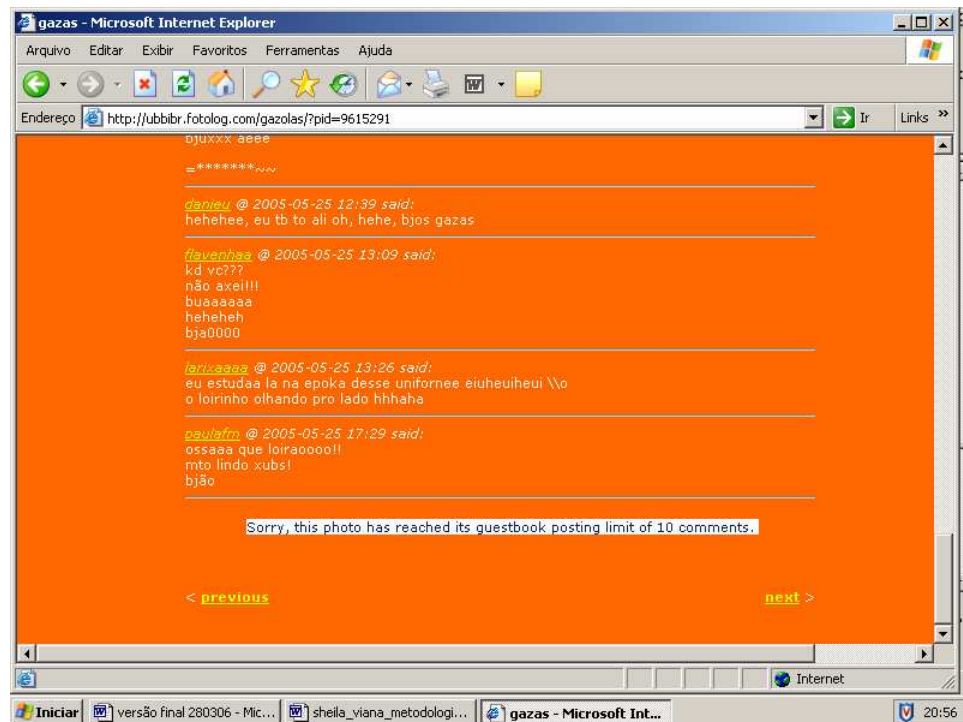
Ao clicar ao final desta listagem de fotos do item “Recent photos”, mais precisamente na palavra “more” (mais), o visitante é remetido a outra página, onde aparecem pequenas fotos, devidamente datadas em ordem cronológica, ocupando toda a tela do computador. Basta clicar numa delas, para vê-las ampliadas do centro da página.



Um dado importante, é a última foto disponibilizada pelo blogueiro. Ela sempre aparece em destaque, em tamanho ampliado, no centro da página. Vejamos:



É com esta foto que o blogueiro busca interação com o visitante. Porém, nada impede que o visitante acesse fotos anteriores e opine sobre elas, mas isto só será possível se ainda houver espaços para digitar, pois o número de comentários é limitado para cada foto, o que sempre incentiva o blogueiro a estar atualizando seu *fotolog*.

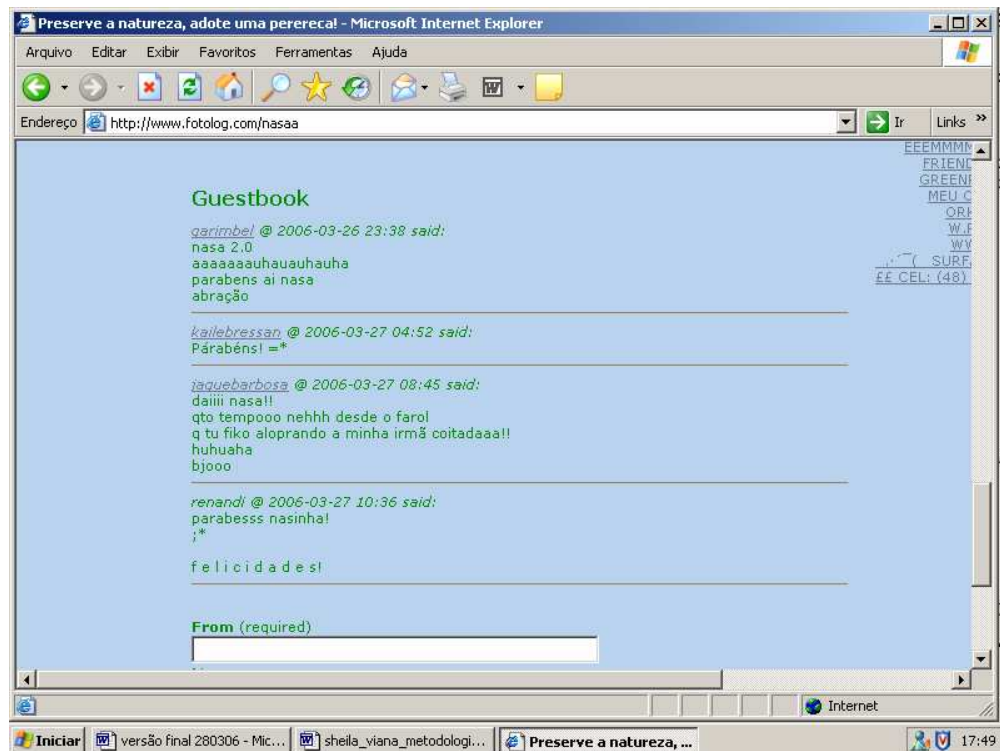


Na figura, pode-se ver destacado uma frase, em inglês, que informa que não é mais possível acrescentar comentários porque só há espaço para dez mensagens.

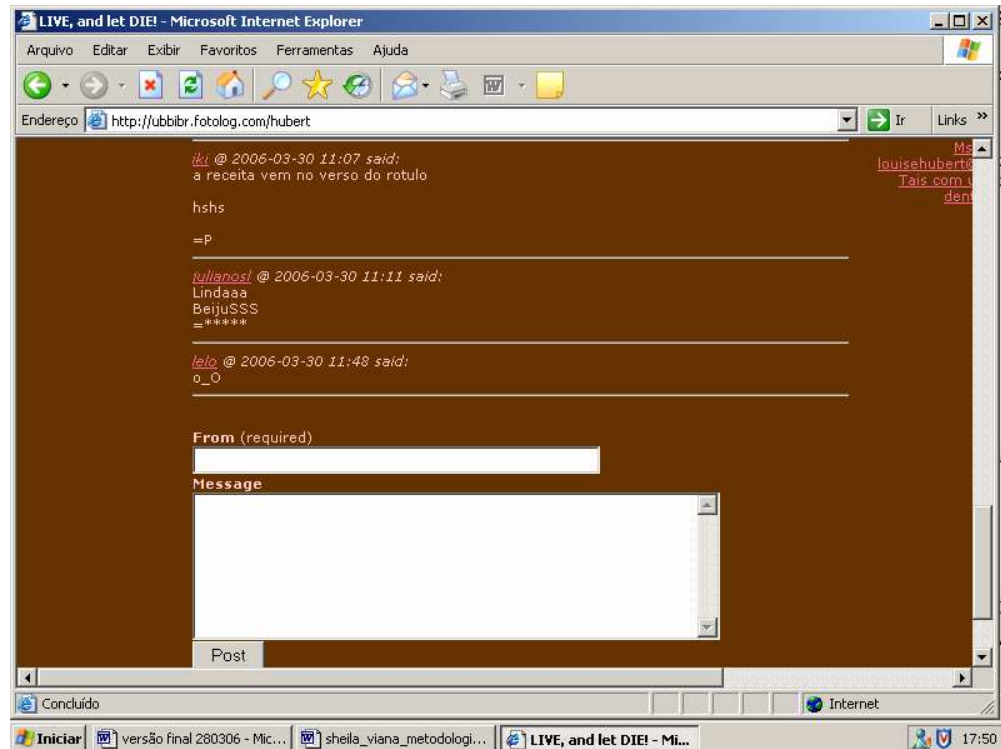
A outra característica observada se apresenta, praticamente, da mesma forma que a anterior, porém as fotos com links para outros fotologs configuram-se do lado direito da tela do computador, com os títulos em inglês “friends” (amigos) ou “favorites” (favoritos):



Enfim, num último momento, podemos ler os comentários que os visitantes digitam nos espaços apropriados, como mostra a figura abaixo:



Aqui vemos o resultado da interação entre blogueiro e visitante, pois aparece a opinião do visitante sobre a foto ou o seu recado para o blogueiro:



A partir desta análise, que verificamos que a linguagem utilizada pelos usuários de *fotolog* é repleta de sinais, abreviações e configurações diferentes, porém tão usada no ambiente virtual da Internet. Para tanto, reservamos um capítulo para relatar as diversidades dessa linguagem.

Levando em consideração os aspectos presentes em um gênero digital, sua forma, conteúdo e função, conseguimos organizar um modelo de análise para caracterizar o gênero *fotolog*. De modo simplificado, os movimentos que conseguimos identificar nos sites de *fotolog* são, basicamente, quatro, conforme o quadro a seguir:

MOVIMENTO 1: TÍTULO OU FRASE DE ABERTURA

- 1- Apresentação do nome ou apelido
- 2- Exposição de uma frase que expresse opiniões ou pensamentos

MOVIMENTO 2: LISTAGEM DE FOTOS

- 1- Exposição das últimas fotos publicadas
- 2- Exposição em ângulo maior da última foto publicada

MOVIMENTO 3: LISTA DE LINKS

- 1- Exposição de acesso para outras páginas de fotolog

MOVIMENTO 4: COMENTÁRIOS DE VISITANTES

- 1- Exposição de opiniões dos visitantes/interação

Todas as páginas possuem no cabeçalho da página uma palavra ou frase em destaque. Chamamos esta ocorrência de Movimento 1. Esta palavra ou frase serve de abertura e/ou título do *blog*, expressando, geralmente, o modo de pensar do blogueiro sobre determinado assunto.

A maioria dos *fotologs* está dividida em três espaços na tela do computador. No centro, encontra-se a última foto atualizada, em tamanho maior do que as outras do acervo, centralizada na página, e abaixo dela, o blogueiro costuma fazer comentários sobre ela, como uma ‘chamada’, um convite à interação, que designamos como sendo o Movimento 2.

A seguir, no Movimento 3, vêm os comentários dos visitantes, devidamente dados, identificados (geralmente por *nicknames*) e com uma linguagem própria, cheia de gírias, abreviações e *emoticons*. Neste movimento, também há um espaço reservado para escrever mensagens sobre a foto exposta ou sobre o próprio *blog* ou blogueiro. A maioria das páginas visitadas não solicitou senha e *login* para enviar a mensagem, mas há *blogs* que solicitam, tornando a interatividade restrita a poucas pessoas. As mensagens deixadas pelos visitantes foram classificadas como sendo o Movimento 4, de onde foram extraídos comentários para a análise da linguagem utilizada. Aqui concluímos que a linguagem modificada, através de a-

breviações, símbolos e outros recursos não impediu a interação entre os usuários, mas as simplificou. Os usuários escrevem menos, mas comunicam muito.

4.2 CARACTERÍSTICAS DA LINGUAGEM

Em todos os textos de *fotolog* analisados foi verificado o uso de palavras abreviadas, formação de novas palavras através do som das letras, desenhos (emoticons) e outros. O uso de uma escrita diferenciada também é uma característica dos fotologs que revela, muitas vezes, uma “forma de expressão” de certa comunidade, o que de acordo com Swales seria uma *comunidade discursiva*. De acordo com Marcuschi “uma comunidade é uma coleção de membros com relacionamentos interpessoais de confiança e reciprocidade, partilha de valores e práticas sociais com produção, distribuição e uso de bens coletivos num sistema de relações duradouras” (MARCUSCHI, 2004, p. 22), ou seja, pessoas que se relacionam porque possuem um objetivo comum. E neste caso, esta comunidade utiliza uma linguagem nova e um veículo de intermediação novo: a Internet.

Uma nova forma de escrita característica dos tempos digitais foi criada. Frases curtas e expressivas, palavras abreviadas ou modificadas para que sejam escritas no menor tempo possível – afinal, é preciso ser rápido na Internet. (OTHERO, 2002, p. 23)

Assim, na análise dos *sites*, procuramos classificar estes recursos de linguagem usados pelos blogueiros, que podem ser considerados como características de uma comunidade virtual, para transmissão dos pensamentos e opiniões, ou simplesmente para interagir.

4.2.1 Saudações

As saudações, num *fotolog*, são muito parecidas. Não há muitas diversificações, as mais comuns acontecem pelo uso das palavras “oi”, “olá” e “daí”, como se pode observar nos exemplos:

Em 14/07/2005, às 20:49:07, @nj!NhOLoKo | e-mail disse:

ola gatona vai me desculpar mas q pernas com todo respeito claro !!vi sua foto e ñ tinha como ñ comentar mas blz bjks !!! da uma passadinha la no meu se tiver um tempinho ok !!!
[>>>se tiver msn me adicione por favor ...](http://www.flogao.com.br/pandalanhouse/foto/11/17101140.....sou o de blusa azul e boné preto)

Fonte: <http://ubbibr.fotolog.net/hubert>

Em 14/07/2005, às 20:48:26, ♥*♥ !OI@nD@ ♥*♥ | fotolog disse:

OI TD BEM?

ADOREI O SEU FLOG PASSA LA NO MEU FLOG E COMENTA

XAU

BEIJOS

Fonte: <http://www.fotolog.net/gazolas>

Outros ainda usam a expressão “oiê”, com repetição das vogais, para dar mais movimento ou alegria ao cumprimento:

Em 9/07/2005, às 23:52:15, ***Erikinha*** disse:

Oiieeee tudo bem Digo seu flog ta show fazia tempo que a gente nao se falava ne mais ai ta vendo onde vc foi me achar ne hehe so passei aki mesmo pra te dizer que apesar de muito tempoo assim afastado ne ainda te acho uma pessoa muito gente boa viuuu um bjinhoo fui...

Fonte: <http://www.fotolog.net/faabinha>

4.2.2 Expressões de alegria e/ou satisfação

O mais comum é que as gargalhadas sejam reproduzidas por repetições das vogais acompanhadas pela consoante “h”. Porém, quando a risada é expressa por “he”, tem-se uma risada mais irônica, e quando é expressa por “há”, tem-se uma risada mais natural, de estar achando graça realmente.

danielomartins @ 2005-06-21 22:56 said:

pregalhao iae mto pagode?

heheh abraço browwwwwwww

Fonte: <http://ubbibr.fotolog.net/daday>

nihcabrita @ 2005-07-14 11:52 said:

que jeeeca larissa

hahaha

beijooooo sumida

:*

Fonte: <http://www.fotolog.net/larixaaa>

Outros utilizam a repetição da letra “k” várias vezes para transmitir uma gargalhada mais cheia de vida:

lulindinha @ 2005-07-14 13:19 said:

hahahaha mas tinha q ter um gatao de oculossssss

kkkkkkkkkkkkk

o tiu do teu lado eh meu usuario sabia???

kkkkkkkkk

bks

:P

Fonte: <http://www.fotolog.net/nasaa>

Ainda há as risadas que misturam várias letras, sem nenhuma ordem ou seqüência:

recieri @ 2005-07-15 11:48 said:

ta parecendo mais interno da colona santanaaa!! **Uiashjuiasduiasduiasdia**

deia_vanhoni @ 2005-07-15 20:32 said:

haiuahuhaiuahuiuahuiuahui

nasa comédiaaaa

=*****

Fonte: <http://www.fotolog.net/nasaa>

4.2.1 Abreviações

As abreviações, pelo que se pôde verificar, são usadas, principalmente, para agilizar a digitação, mas muitas, conforme Marcuschi (2004) já criaram raízes e são usadas por quase todos os blogueiros.

Aparecem muitas abreviaturas, mas boa parte delas é artificial, localmente decidida e não vinga. Essas abreviaturas são passageiras e servem apenas para aquele momento. Mas outras se firmam e vão formando um cânone mínimo que vai sendo reconhecido como próprio do meio (MARCUSCHI, 2004, p. 63).

As mais comuns são “vc” (você); “tb” ou “tbem” (também); “pq” (porque); “mto” (muito) e “q” (que), mas pode-se observar em todos os exemplos deste capítulo variedades de abreviações de todos os tipos.

bruna_brunel @ 2005-07-16 17:22 said:

ehh... eu **tbem** queriaaa... =//

beijaooo nasiiiiinha!!!

Fonte: <http://www.fotolog.net/nasaa>

julio_batera @ 2005-07-18 18:26 said:

ai minias!

bem lindas as duas...

parabens ai pra bluh

e bejaum ai **tbm!**

=*****~

Fonte: <http://www.fotolog.net/bluhhh>

07/29/05

****Cabelo da July, Jade e Kinha **** HAHAHA

Foi a jujubis **q** pediu pra cortar ela, nao queria **pq tava mto** engraçado... hihhi

Fonte: <http://www.fotolog.net/faabinha>

chocotathy @ 2005-07-29 08:30 said:

uhauhauhauhuhaa jade???

q sarro! só **vcs** mesmo!

bom fds pra **vc!**

bjinhos

Fonte: <http://www.fotolog.net/faabinha>

4.2.2 Duplicações de letras

No caso das duplicações de letras, geralmente, este recurso é usado para dar ênfase à entonação das palavras, e assim nos diz Othero: “essa regra de repetição de letras para dar ênfase às palavras não pára nas risadas: serve também para destacar qualquer outro vocábulo ou expressão” (OTHERO, 2002, p.49). Observe:

Fabinha @ 2005-07-15 12:15 said:

Ops... acho q nao ganhou hauahuauahuahuahu

Jogou **maaaaaaaaaaaaaaallllllllll**

Fonte: <http://www.flogao.com.br/burukutu>

Daya @ 2005-07-16 19:52 said:

Oie Fabiii..oq q era nois lah no churras neh..hehe...ate q foi divertido....hj meu niver..**aecececece**...toh esperando vc e as mininas lah no bangaloo hein....olha la...

Bjao te **adoruuuuuuuu**

Fonte: <http://www.fotolog.net/faabinha>

4.2.3 Acentuação

Verificamos uma série de transformações na língua nos *fotologs* visitados, como a falta de acentos gráficos nas palavras e, por vezes, uma nova forma de acentuação: o uso do *h* no lugar do acento, de acordo com Othero esta “língua escrita utilizada pelos internautas está rapidamente sendo modificada e sofrendo alterações em níveis semânticos, morfológicos, fonéticos e lexicais” (OTHERO, 2002, p.17), como nos casos abaixo:

lulindinha @ 2005-07-17 14:20 said:

eh q qd eu me junto com a minha afilhada eu viro cça.

:P

beleuza creuza?

bjao xuxu

Fonte: <http://www.fotolog.net/gazolas>

gazolas @ 2005-07-14 19:25 said:

bah o mendes pegando na minha mao na cara dura

pqp

ahuahuahu

Fonte: <http://www.fotolog.net/lipesurff>

amanda looira! @ 2005-07-14 14:31 said:

o morena agora **eh soh** saudadeee **neh** ;~~~~

vamo te que espperaaaa 15 dias ;//

tomara ke passe bem rapidinhooo **nehhh**?!!

haha ;))

beijaoooo **ateh** amanha ;****

Fonte: <http://ubbibr.fotolog.net/hubert>

Outra forma de acentuação que está sendo substituída por uma outra expressão é o til (~). Ao invés do acento, as palavras estão terminando por “aum”. Vejamos:

BOM essa foto ja foi mais é que eu nao achei as outras

e esse **MUlekauMM** tah de niverr hojee PARABENSSSSSSSSSSSS pra ele tudo de BOMM

Fonte: <http://juninhocamargo.flogbrasil.terra.com.br>

camilikaroots @ 2005-06-22 09:54 said:
 que coisa mais LINDA PERFEITA!!
 o meinihu viw,num vai se achando!!
 zueraa =P
 qto tempo **naum.**
 fuii =o**
 Fonte: <http://www.fotolog.net/lipesurff>

julio_batera @ 2005-07-18 18:26 said:
 ai minias!
 bem lindas as duas...
 parabens ai pra bluh
 e **bejaum** ai tbm!
 =*****~
 Fonte: <http://www.fotolog.net/bluhhh>

4.2.4 Emoticons

Estas formas de linguagem são formadas por caracteres e letras. Os *emoticons*, na maioria das vezes, representam expressões faciais, como beijos, sorrisos, choros, mas também podem formar desenhos complexos. De acordo com Othero, emoticons são “aquelas ‘carinhas’ feitas por caracteres, que expressam emoções e dão uma indicação do tom como deve ser interpretada cada frase, ou mensagem” (OTHERO, 2002, p.55). Seguem alguns exemplos, primeiramente, de *emoticons* mais complexos:

Em 14/07/2005, às 20:49:10, Wesley | [fotolog](http://www.fotolog.net) disse:

```

-----_/.=.=/_
-----/ '=.-o---\___
-----/---o\--(0-----D
-----/o---\--- ___/----Olá!!!!
----|---O--|----\ )
---',o---/_--o .--'-----Mandei meu
-----`" `;-O--(-----cachorrinho
-----[[[[[]]_..._----para alegrar
-----/---" "" `\\----seu dia de hoje...
-----.'-O-----\,,|| e para todos os outros...
(---.'-----"" `|-`"" ----Beijinhos
|\-/--O--o---_|-----Carinhosos
-\|-o--.-'----\-----Pra Você!!!!
--\_-o---O----| Super Beijo
---(-o---.-'--) Me viste qdo puder.....bjinhus

```

Fonte: <http://www.fotolog.net/larixaaaa>

recanto nada ¬¬ tenho festa hoje anoite ueheueheuehe **x**) não vai se dessa vez q vamos subir na gaiola neh? ;/ suahsiauhusia deixa pra uma proxima, prometo q vou **=P** heheheh gosto da formatura ontem? beeeijos garoto, te adoro **=****

Fonte: <http://www.fotolog.net/nasaa>

jonasgoulart @ 2005-07-28 11:22 said:

direto pro /mirror

:))))))

Fonte: <http://www.terra.com.br/daday>

Na realidade, no decorrer dos tempos, pôde-se observar que, mesmo em grupos falantes do mesmo idioma, houve sempre características de linguagem diferenciadas em cada grupo social. Assim relata Othero:

desde que aprenderam a viver em sociedade, os seres humanos têm-se organizado em grupos. E cada grupo sempre apresentou suas próprias características, que os diferenciavam dos demais. [...] Essas marcas diferenciais podem ser cortes de cabelo exclusivos, vestimentas incomuns, tatuagens, hábitos únicos ou podem até mesmo ser traços lingüísticos [...] (OTHERO, 2002, p. 21).

E ele cita o exemplo dos surfistas, que possuem toda uma linguagem repleta de gírias e expressões próprias que, quando ouvimos, já os reconhecemos. Assim são os usuários do ambiente virtual. A linguagem escrita utilizada para se comunicarem possui características novas, que até então não eram nem cogitadas pelos lingüistas, mas que hoje não há quem não a reconheça ao acessar a Internet.

Assim, do ponto de vista de John Swales, podemos categorizar o *fotolog* como gênero porque ele possui um **evento comunicativo** próprio, com imagens e linguagem específicas. Este evento comunicativo tem um propósito compartilhado por todos que visitam o *fotolog*: a interação com o outro, “o quer conhecer e interagir com o outro”. De acordo com Komesu

Uma das principais características atribuídas aos suportes eletrônicos da Internet é a questão da interatividade. Trata-se da interface entre o usuário e a máquina, mas também da possibilidade de contato entre o usuário e outros usuários, na utilização de ferramentas que impulsionam a comunicação de maneira veloz, com a eliminação de barreiras geográficas. (KOMESU, 2004, p. 117)

Desta maneira, também, o *fotolog* varia na sua prototipicidade, pois nele há traços de outros gêneros, como o gênero tradicional “diário”, já que o blogueiro expõe sua vida diária aos internautas. Porém, neste caso, não só de maneira escrita, mas também através de imagens, as fotos.

Ainda embasados em Swales (1990), localizamos outra característica de gênero no *fotolog*, a sua lógica de conteúdo, posicionamento e forma, ou seja, não há muitas variações na estrutura e no funcionamento dos *fotologs*, todos seguem um padrão e, por todas estas características, a nomenclatura deste gênero (último tópico de classificação proposto por Swales) é reconhecida entre seus membros, sem a necessidade de explicações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise, constatamos que o *fotolog* abrange as características de um hipertexto e de gênero, o que o leva a ser tomado por um gênero digital e atual, dentro das perspectivas tecnológicas.

Como já explicitamos em capítulo anterior, os gêneros digitais (ou cibergêneros) são, em sua maioria, uma variação dos gêneros tradicionais, se diferenciando deles através do suporte tecnológico e pelo modo de interação. Por meio da Internet, a interação acontece *online* e, por conseqüência, a comunidade discursiva que está se formando é uma *comunidade virtual*. Essa comunidade é formada por pessoas que possuem interesses comuns, num certo momento (síncrono ou assíncrono), formando uma rede de relações virtuais (Marcuschi, 2004). E é a partir da noção de comunidade discursiva que, tanto Swales quanto Erickson, conceituam gênero, como, também, tentamos conceituar o *fotolog* como tal.

O gênero é um sistema discursivo complexo [...] Essas comunidades, compostas de usuários muito proficientes ou pouco familiarizados com o novo gênero, têm objetivos públicos comuns ao utilizarem os mecanismos de intercomunicação como as listas de discussão, fornecendo informação e feedback através dos e-mails, e gerando léxico específico. (PAIVA, 2004, p. 89)

Para alguns autores o *blog* é visto como o gênero textual “diário”, por manter um relato cotidiano do blogueiro. Porém, há uma questão a ser repensada ao afirmar que os blogs são tidos como diários virtuais (MARCUSCHI, 2004), pois a idéia que temos de diários é a

sua característica de “guardar segredos num papel” e o que está acontecendo com os *blogs* e, mais especificamente com o *fotolog*, é a “exposição destes segredos”. Assim, em Komesu, temos:

A interatividade característica do suporte é evidenciada nessa produção de escritos sobre si veiculados de maneira pública pela Internet. Não se trata dos segredos do indivíduo, velados pelas práticas diaristas tradicionais (KOMESU, 2004, p.117),

Por esse motivo e através dos dados pesquisados, não classificamos o *fotolog* como um diário, mas como um gênero emergente, novo em sua interação e suporte, já que, conforme Komesu

a prática dos *blogs* difere de uma prática diarista tradicional, como se costuma apreçoar. É de fundamental importância a problematização do suporte material para a avaliação de novas relações com as práticas de escrita. (KOMESU, 2004, p. 119)

Pensamos ter atingido nosso objetivo inicial que era o de caracterizar o *fotolog* como mais um gênero digital dentro da perspectiva sócio-retórica, que forma uma comunidade virtual, onde as pessoas interagem por meio de imagens e uma linguagem diferenciada, mas comum e em constante atualização. Porém, esta pesquisa não se pode dar por finda, pois outras questões foram levantadas no decorrer do trabalho, já que os gêneros digitais estão em constante evolução e ganhando mais adeptos a cada dia, ou melhor, a cada minuto. Desta forma, sugerimos que novos estudos sejam feitos e nos propomos a continuar a analisar estes gêneros, talvez, embasados em outras perspectivas teóricas para corroborar esta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, M. Estética da criação verbal. (Trad. De M. E. G. Pereira) São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- CRISTOVÃO, V. L. L.; NASCIMENTO, E. L. **Gêneros textuais**: teoria e prática. Londrina: Moriá, 2004b.
- CRUZ, M.C.P; FERNANDES, L.C. Um gênero emergente em um novo suporte: o jornal online. In: CRISTOVÃO, V.L; NASCIMENTO, E.L. **Gêneros textuais: teoria e prática**. Londrina: Moriá, 2004b.
- ERICKSON, T. **Social interaction on the Net: virtual community as participatory genre**. (Publicado no Proceedings of the Thirtieth Hawaii International Conference on System Sciences, January, Vol. VI, pp. 13-21, 1997, Maui, Hawaii). Disponível em [http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson]. Acesso em: julho/2005.
- GALLI, F. C. S. Linguagem da Internet: um meio de comunicação global. In: MARCUSCHI, L. A., XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004 (pp.120-134).
- HEMAIS, B.; BIASI-RODRIGUES, B.A proposta sócio-retórica de John M. Swales para o estudo de gêneros textuais. In: MEURER, J. L; BONINI, A.; MOTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gênero: teorias, métodos e debates**. São Paulo: Parábola, 2005.
- KOMESU, F. C. Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet. In: MARCUSCHI, L. A., XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004 (pp.110-119).
- LANDOW, G. P. **Hypertext 2.0**. The convergence of contemporary critical theory and technology. Baltimore, London: the Johns Hopkins University Press, 1997.
- LEIRO, J. **Sistemas hipertexto para microcomputadores**: uma aplicação em informação científica de Brasília, 1992. Dissertação de Mestrado.
- LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo : Editora 34, 2002.
- _____. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

_____, **A inteligência coletiva**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. Edições Loyola, São Paulo, Brasil, 1998.

_____, **Tecnologias intelectuais e os modos de conhecer: nós somos texto**. Tradução de Celso Cândido. Assistência e consultoria de termos técnicos por João Batista Edição-de-texto por Cássia Corintha Pinto. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/direitos/direitosglobais/paradigmas/pierrelevy/levy44.html>>. Acesso em: abril, 2005.

MARCUSCHI, L. A. O hipertexto como um novo espaço da escrita em sala de aula. In: **Linguagem & ensino**. Vol. 4 n. 1, 2001 (pp. 79-111).

_____. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: **Gêneros textuais & ensino**. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003 (pp. 19-36).

_____. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, L. A., XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004 (pp.13-67).

OTHERO, G. A. **A língua portuguesa nas salas de bate-papo: uma visão lingüística de nosso idioma na era digital**. Novo Hamburgo: Edição do Autor, 2002.

PAIVA, V.L. M. de O. E-mail: um novo gênero textual. In: MARCUSCHI, L. A., XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004 (pp.68-90).

PINHO, L.; BRAGA, C. **Ivo viu a uva via internet**. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/hipertexto/educa.html>>. Acesso em: fev. 2005.

PONTE, G. **Fotolog: hobby tecnológico conquista internautas**. Disponível em: <<http://www.comunicacao.pro.br/setepontos/16/fotolog.htm>>. Acesso em: abril, 2005.

SHEPERD, M.; WATTERS, C. **The functionality attribute of cybergenres**. (Publicado em Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences, 1999) Disponível em Acesso em maio/2005.

SWALES, J. M. **Genre Analysis: English in academic and research settings**. New York: Cambridge University Press, 1990.

_____. **Re-thinking genre colloquium**. Ottawa: Carleton University, 1992.

VIANA, M. E. **A linguagem dos chats desafia os newbies**. Disponível em: <http://www.internewwws.eti.br/2000/mt000722.shtml>. Acesso em: abril, 2005.

XAVIER, A. C. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A., XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004 (pp.170-180).

Este trabalho foi digitado conforme o Modelo:
“Dissertação”
do Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem
da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL
desenvolvido pelo Prof. Dr. Fábio José Rauen.