

LINGUAGEM VERBOVISUAL E CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS NOS ENUNCIADOS DE UMA *HOMEPAGE* DO *SITE* DA IG

Carla Lima Massolla Aragão da Cruz
Maria Valéria Aderson de Mello Vargas

RESUMO: Promove-se aqui uma análise linguística de alguns enunciados de uma *homepage* do *site* da IG, que contempla uma multiplicidade de opções hipertextuais. Considerando a linguagem verbovisual, que constitui esse texto, esta análise tem por objetivo principal evidenciar a construção de sentidos a partir dos princípios textuais de informatividade, situacionalidade, aceitabilidade e intencionalidade.

Palavras-chaves: Princípios de textualidade; Linguagem verbovisual; Gêneros digitais.

Introdução

Este trabalho é um recorte de uma pesquisa de mestrado que consiste num estudo das teorias e práticas discursivas em ambientes virtuais e está vinculado à linha de pesquisa: "Discurso, gênero e memória", do Programa de Mestrado em Linguística da Universidade Cruzeiro do Sul, que se insere no Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares – PROSUP/ CAPES, para o biênio 2010-2012. Pretendemos aqui promover uma análise linguística de alguns enunciados de um texto do ambiente virtual, levando-se em conta a linguagem verbovisual que constitui esse texto.

Emergentes do avanço tecnológico, os gêneros digitais refletem a realidade de uma sociedade que busca maior velocidade, clareza e qualidade das informações. Esses gêneros são veiculados no espaço virtual, também conhecido como ciberespaço¹, que desencadeou novas possibilidades de construção da linguagem, um novo modelo de interação com o mundo e novas possibilidades na construção e uso do conhecimento. Conseqüentemente, gerou a necessidade da formação de usuários proficientes na aplicação das ferramentas linguísticas e digitais, adaptados a uma nova maneira de viver e interagir com o mundo.

Levy (2007, apud SANTOS, 2009, p.49) explica que o espaço virtual potencializa o espaço real. E Marcuschi salienta a relevância da realização de análises dos gêneros digitais com o apontamento de três justificativas: "(1) seu franco desenvolvimento e um uso cada vez mais generalizado, (2) suas peculiaridades formais e funcionais, não obstante terem eles contrapartes em gêneros prévios; e (3) a possibilidade que oferecem de se rever conceitos tradicionais, permitindo repensar nossa relação com a oralidade e com a escrita". (MARCUSCHI, 2005, p.14).

Seja pela generalização do uso, por suas peculiaridades, seja pelas possibilidades de revisão de conceitos, a necessidade de análise dos gêneros digitais ganhou relevância na atual conjuntura, que implica o uso assertivo da linguagem nas ferramentas de tecnologia virtual, dentre as quais o *site*, que desponta entre as de maiores complexidades e quantidades de opções hipertextuais.

¹ Ciberespaço, "cuja natureza é bastante complexa, não compreende apenas materiais, informações e seres humanos, é também constituído e povoado por seres estranhos, meio textos, meio máquinas, meio atores, meio cenários, os programas". (LEVY, 2007, apud SANTOS, 2009, p.49).

Dessa forma, o enfoque, neste trabalho, será o de evidenciar a construção do sentido nos enunciados da *homepage* do *site* da IG – Internet Grátis², sob a perspectiva do componente verbovisual. Para alcançar nosso objetivo, faremos, a princípio, alguns apontamentos sobre as especificidades dos gêneros digitais, e, na sequência, demonstraremos como a articulação do conjunto dos princípios textuais de informatividade, situacionalidade, aceitabilidade e intencionalidade contribui para a construção do sentido do texto (cf. Figura 1).

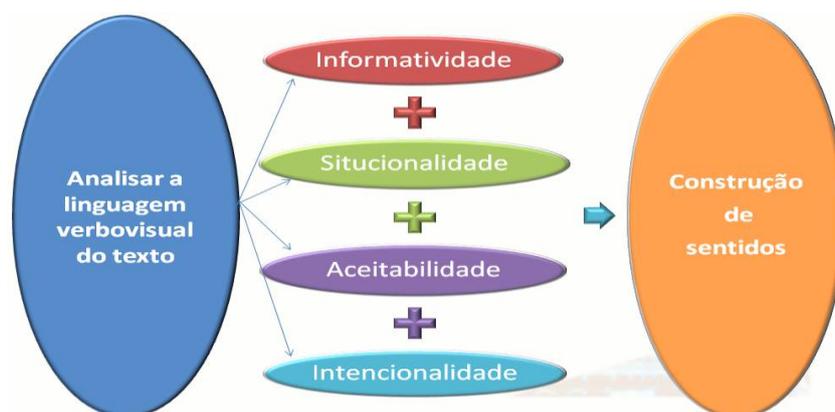


Figura 1 - Gráfico da proposta de análise

Naturalmente, o gráfico não contempla todos os princípios textuais, pois optou-se por destacar apenas os que mais contribuem para a relevância do estudo do *corpus* supracitado.

Especificidades dos gêneros virtuais

Verificamos que a sociedade descobriu as potencialidades das novas mídias e as integrou às mídias tradicionais. As imagens, sons e movimentos das tecnologias digitais seduzem e facilitam o acesso imediato às informações.

No que tange à distinção entre os gêneros tradicionais e os emergentes no contexto da tecnologia digital, ainda há polêmicas, quanto à natureza e ao impacto na linguagem e na vida social, conforme menciona Marcuschi (2005, p.12).

Em certo sentido, pode-se dizer que, na atual sociedade da informação, a Internet é uma espécie de protótipo de novas formas de comportamento comunicativo [...] Já nos acostumamos a expressões como ‘*e-mail*’, ‘*bate-papo*’ (*chat*), ‘*aula-chat*’, ‘*listas de discussão*’, *blog* e outras expressões da denominada *e-comunicação*. Qual a originalidade desses gêneros em relação ao que existe? (MARCUSCHI, 2005, p.12).

De fato, podemos identificar inúmeras semelhanças entre os gêneros tradicionais e os gêneros digitais. Contudo, ao ampliar as considerações bakhtinianas sobre os gêneros, propondo que os critérios situacionais – o papel dos participantes, o tempo, o lugar, a organização textual e objetivo da *midium* – sejam considerados como dispositivos de comunicação sócio-historicamente condicionados, e que o *midium* seja reconhecido como um meio para a transmissão do discurso que também imprime certo

²Não temos, por nenhum pretexto, a intenção de promover ou questionar as ações da empresa, cujos enunciados serão objeto de análise. A escolha do referido *corpus* decorreu da riqueza linguística apresentada no texto veiculado no *site* desta empresa, que possui alta visibilidade, já que a IG figura como o maior provedor gratuito de internet do país. [Carla, essa afirmação tem fundamento? Não seria melhor dizer que figura entre os maiores?]

aspecto ao seu conteúdo, Mainguenu (2010, p.130) propõe ferramentas para identificarmos os gêneros textuais emergentes das tecnologias digitais, sejam primários, como o *chat*, o *email*, o *twitter* e o SMS, ou secundários, como o *site* e o *blog*.

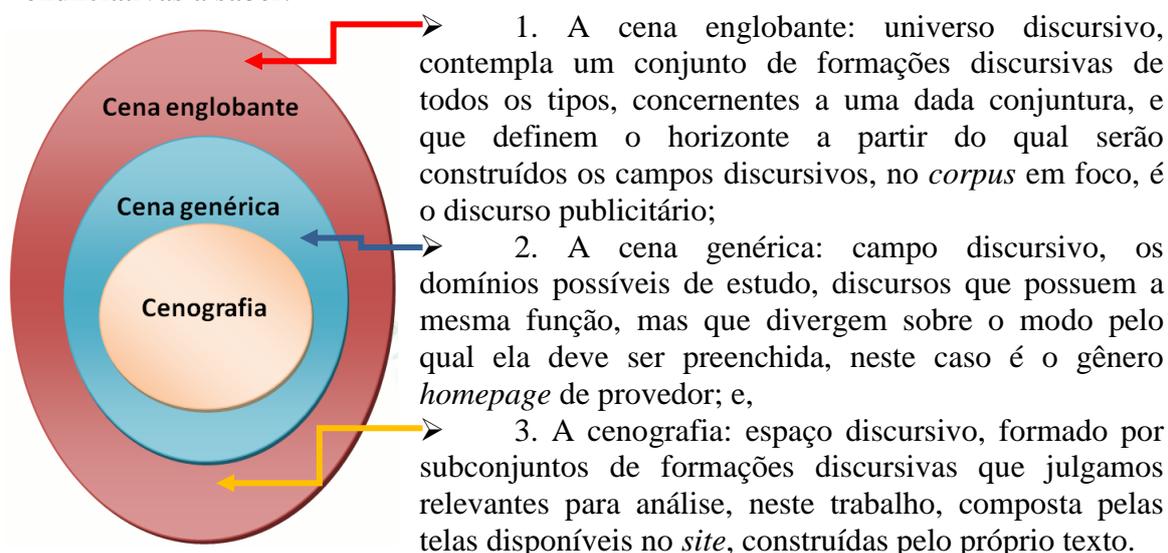
Decorrentes dos processos interativos, em diversas esferas de uso da linguagem, os gêneros virtuais causaram impacto na comunicação e até na identificação dos gêneros discursivos, cuja volatilidade dos textos fica mais aparente e a ideia de que os sujeitos desenrolam o texto com maior ou menor liberdade se consolida, conforme constatamos nas considerações de Possenti (2008, P. 211-212), que se refere a Maingueneau:

Pêchex e Fuchs formulam sua definição exatamente a partir do desdobramento do texto, considerando o fio do discurso, isto é, a consideração de que enunciar é ‘desenrolar’ um texto, e não apenas ocupar um lugar de sujeito dizendo o que pode e deve ser dito [...] Considerar a materialidade à moda de Mainguenu significa, por outro lado, poder dar conta – não necessariamente resolver, mas pelo menos formular mais claramente – questões cruciais para a compreensão das questões ligadas tanto à formulação quanto à circulação e à eventual eficácia dos textos. Ele permite que fique claro que sua ordem interna não decorre de uma possível liberdade dos sujeitos, mas também que ela é maior ou menor (que pode vir a ser exigida!!!) segundo os tipos de discurso.

Embora para a linguística da enunciação a linguagem verbal é a mais completa forma de comunicação, Pantaleoni (2011) alerta para as novas possibilidades comunicativas que culminaram em uma enorme diversidade de gêneros, sendo alguns reelaborações de formas antigas.

Vivemos em grupos sociais, em comunidades que, para cada necessidade comunicativa específica, têm criado estruturas específicas para atendê-las. A complexidade crescente dessas necessidades acaba engendrando novas estruturas ou reelaborando formas antigas, de tal maneira que, atualmente, existe uma verdadeira galáxia de formas estruturadas para comunicar e significar em língua: os gêneros. (PANTALEONI, 2011, p.30).

E, com base na concepção de tessitura de Koch (2004, p.35), para quem o texto é “uma unidade de nível superior ao da frase, que dela difere qualitativamente”, evidenciamos a necessidade, para a construção do sentido do texto, de que a linguagem verbo-visual seja observada juntamente com as possibilidades de articulação que o meio virtual oferece. Assim, será contemplado o conjunto de possibilidades que integram a linguagem e estão presentes nas cenas enunciativas, pois, como refere Mainguenu (apud AMOSSY, 2005, p.70), trata-se de “um corpo enunciante, historicamente especificado e inscrito em uma situação, que sua enunciação, ao mesmo tempo, pressupõe e valida progressivamente”. Esse corpo enunciante contempla três cenas enunciativas a saber:



Nesse sentido, afirma Mainguenuau (2005) que o enunciador não é um ponto estável no que concerne à expressão, mas profundamente interativo e conectado: “O leitor reconstrói a cenografia de um discurso com o auxílio de indícios diversificados, cuja descoberta se apoia no conhecimento do gênero do discurso, na consideração dos níveis da língua, do ritmo, etc”. (MAINGUENAU apud AMOSSY, 2005, p.775).

Maingueneau (2010, p.131) também propõe uma distinção entre as esferas da linguagem e a adoção de uma ferramenta para estudar as práticas comunicacionais, a noção de *hipergênero*. Sob essa perspectiva, o *site* é entendido como um hipergênero na sua macroestrutura e as diversas categorias de *sites* integram um gênero na estrutura maior. À luz de outra perspectiva, Marcuschi (2008, p.176) sugere uma distinção entre gênero e suporte, e, nesse caso, o *site* enquadra-se na segunda possibilidade. De certa forma, são teorias complementares. Então, para dar conta de explicar as significantes diferenças apresentadas nas estruturas e nos discursos de diferentes *sites*, elaboramos um terceiro modelo, que mescla as duas ideias, conforme representação gráfica apresentada na Figura 2.

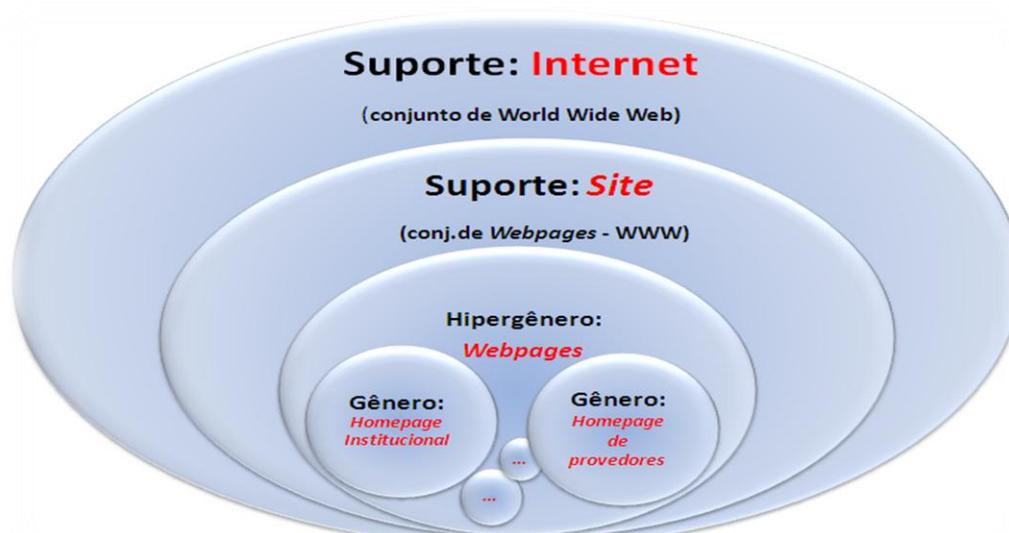


Figura 2 - Representação gráfica que elaboramos para classificação dos sites.

Em síntese, os aspectos mais relevantes dos gêneros virtuais para serem considerados em uma análise são: emergiram do avanço tecnológico; refletem a realidade de uma sociedade que busca maior velocidade, clareza e qualidade das informações; oferecem novas possibilidades de construção da linguagem, um novo modelo de interação com o mundo e novas possibilidades na construção e uso do conhecimento; são veiculados no espaço virtual, também conhecido como ciberespaço; requerem a formação de usuários proficientes na aplicação das ferramentas linguísticas e digitais, adaptados a uma nova maneira de viver e interagir com o mundo e espelham a “passagem da leitura linear para a leitura multimodal”, segundo Gomes (2009), “uma leitura totalmente singular e multissemiótica”, como menciona Pinheiro (2005).

Princípios de construção textual do sentido

Em suas considerações sobre os princípios de construção textual do sentido, Koch (2004, p.35) observa que os critérios de informatividade, situacionalidade,

intertextualidade, intencionalidade e aceitabilidade não podem ser centrados apenas no usuário. Isto é, a interação entre o texto e o usuário é simultânea. Assim, para elucidar este processo, teceremos considerações tanto para os elementos textuais quanto para os contextuais, presentes na *homepage* do site da IG veiculada dia 23 de novembro de 2011 (Figura 3).

Observando o *layout* da *homepage* da IG (Figura 3), em comparação com a primeira página do jornal *O Estado de São Paulo* (Figura 4), notamos, salvo as especificidades do gênero digital, que há grande semelhança, tanto no tipo de conteúdo, quanto na diagramação da página. Considerando que a imagem de um jornal já possui um significado na memória do leitor, podemos inferir que a *homepage* promove no leitor a expectativa de que o texto possui o mesmo grau de informatividade de um jornal, e, conseqüentemente, o mesmo grau de confiabilidade quanto à veracidade e imparcialidade nas informações. É a instituição de uma cena validada, na qual “O discurso impõe sua cenografia, de algum modo, desde o início; mas, por outro lado, é por intermédio de sua própria enunciação que ele poderá legitimar a cenografia que impõe, ressalta Maingueneau” (POSSENTI, 2008, p.205).

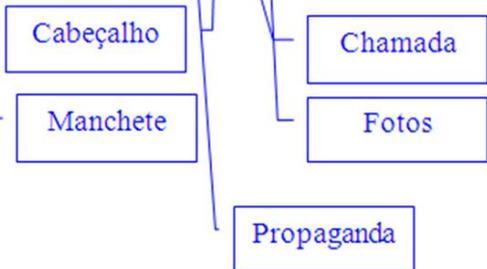


Figura 3 – Recorte da primeira página do jornal "O Estado de São Paulo", de 20/12/2009.

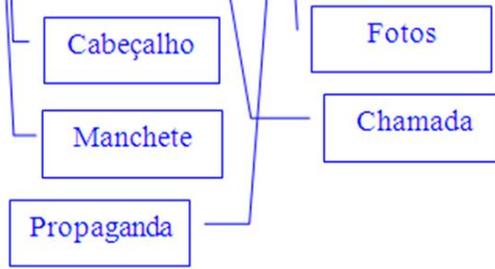


Figura 4 – Recorte da Homepage do site da IG em 23/11/11.

Não tão aparentes quanto às semelhanças, as diferenças também podem ser destacadas, entre os textos veiculados nos ambientes virtuais em relação publicados tradicionalmente, observamos que os textos na internet, segundo as recomendações de usabilidade de Nielsen (apud CABRAL, p.164), não devem ser muito extensos; o texto é potencializado pela possibilidade do uso de hipertextos; há presença da intermedialidade, isto é, tem o potencial de agregar sons e vídeos; a interatividade é flexível e imediata.

Considerando que o grau de informatividade depende do repertório cultural do leitor e será menor quanto maior for sua previsibilidade, e vice-versa, o sucesso da interação verbal está relacionado à adequação do conteúdo ao interlocutor. Desta

maneira, tanto o excesso quanto a total falta de ciência do conteúdo do texto, provocará o desinteresse do leitor. Por isso, a Figura 1, semelhantemente à grande parcela dos textos veiculados pela mídia, possui um grau médio de informatividade. Razão pela qual, para que os enunciados façam sentido e possam prender a atenção do leitor e, ao mesmo tempo, acrescentar-lhe novas informações, o leitor precisa saber, por exemplo, o que é 13º salário, mega-sena, Sky, reveillon e Vivo Torpedo. Fica evidente, também, que a relação entre texto e contexto é indissociável e como defende Micheletti (2008), retomando Bronckart (1985/1994), é de ordem representativa:

Bronckart (1985/1994) afirma que às operações de contextualização correspondem o conceito de que os espaços nos quais se articula a atividade linguística são de ordem representativa. Essas operações resultam em três configurações de variáveis: das variáveis de interação social, das variáveis de ato de produção e das variáveis do referencial [...] A noção de contexto, assim como está apresentada por Bronckart (1985/1994), refere-se ao ambiente extralinguístico do enunciado. (MICHELETTI, 2008, p.157)

O aspecto da situacionalidade também é determinante para a compreensão dos enunciados da página, já que "a situacionalidade refere-se ao conjunto de fatores que tornam um texto relevante para uma situação comunicativa" (KOCH, 2004, p.40). Verificamos que, na dinâmica do processo comunicativo, o impacto ocorre nas duas direções, isto é, a situação (contexto sócio-político-cultural) pode influenciar o texto, do mesmo modo que o texto pode ser influenciado pela situação, a exemplo do que constatamos na Figura 5, apresentada a seguir:

The image is a screenshot of the IG (Índice Geral de Notícias) homepage in Internet Explorer. The browser's address bar shows 'http://www.ig.com.br/'. The page features a navigation menu with categories like 'Notícias', 'Economia', 'Esportes', 'Gente', 'Delas', 'Vídeos', 'Mais Sites', 'Bate Papo', and 'Serviços Digitais'. The main content area is dominated by a large advertisement for McDonald's with the text 'AGORA NO McDONALD'S'. Below this, there is a search bar and a navigation bar. The central focus is a news article titled 'Como investir o dinheiro do 13º salário' (How to invest the money of the 13th salary), which is circled in red. This article is surrounded by other advertisements and news snippets, including 'Aeroporto Santos Dumont, no Rio, é fechado para pousos por mau tempo', 'Mega-Sena sorteia prêmio de R\$ 2,3 milhões', 'Wanessa pode ter filho no réveillon: Será uma festa', 'Vivo Torpedo SMS', and 'Vivo Torpedo SMS'. At the bottom, there are more advertisements for 'BRADESCO. LADO A LADO COM O ESPORTE BRASILEIRO.', 'SKY 15 HD TV E 1000 ANOS', and 'GROUPON'.

Figura 5 - Recorte da *Homepage* do site da IG em 23/11/11 (Grifos nossos).

Vejamus que o texto em análise (Figura 5) foi veiculado dia 23/11, e contém, como tema principal, o 13º salário, razão pela qual a cronotopia é de fundamental importância para que o texto faça sentido ao leitor, ou seja, trata-se de um tempo

(proximidade do Natal), em um determinado espaço (Brasil), em que grande parte da população recebe a primeira parcela do 13º salário e planeja os gastos com festas, presentes e férias. E, como o computador figura também como uma ferramenta de pesquisa de preços e comércio de bens e serviços, evidenciamos uma relação de consonância entre o texto e o contexto em que ele se insere (*midium*). Observamos, ainda, que a situação posta pelo produtor do texto e a reconstrução no mundo no texto tem o potencial de influenciar a situação, consolidando a relevância do texto nessa situação comunicativa, passível ou não de reconstrução, o que remete a Van Dijk (1992, p.18): “[...] a interação na qual o processamento de discurso está incluso é, por si só, parte de uma situação social.”

Concernente à construção ou reconstrução dos universos no texto, Micheletti (2008) alerta tratar-se de um quadro teórico instaurado pela manifestação textual de um determinado discurso.

Segundo Charolles (1978), toda manifestação textual fixa seu próprio quadro enunciativo, pelo menos, de duas formas: de um lado produzindo seu sistema de ancoragem temporal e, de outro, instaurando um modo de funcionamento discursivo determinado [...] todo texto dispõe de marcas sobre cujas bases há sempre um meio de reconstruir teoricamente os universos aos quais ele se refere e que ele institui a partir de sua materialidade. (MICHELETTI, 2008, p.152-153)

No que tange ao aspecto de intencionalidade, que se refere aos diversos modos como os sujeitos usam textos para defesa de uma ideia, podemos identificar as intenções comunicativas pela tese defendida pelo produtor (evidenciada pelas escolhas imagísticas e lexicais, as funções sintáticas e a articulação de todos estes elementos no texto) em relação de pertinência ou não entre as marcas linguísticas e a intenção do produtor.

Sob esta perspectiva, observamos, na Figura 6, que as marcas linguísticas presentes na matéria anunciada como uma “manchete” na *homepage* difere significativamente do seu título original. Ou seja, enquanto a manchete espelhada da capa afirma “Como investir o dinheiro do 13º salário”, o título original, a cuja matéria se refere, e que poderá ser acessado por meio de um clique, pergunta “Quer investir o dinheiro do 13º salário?” e sugere “Veja opções”.

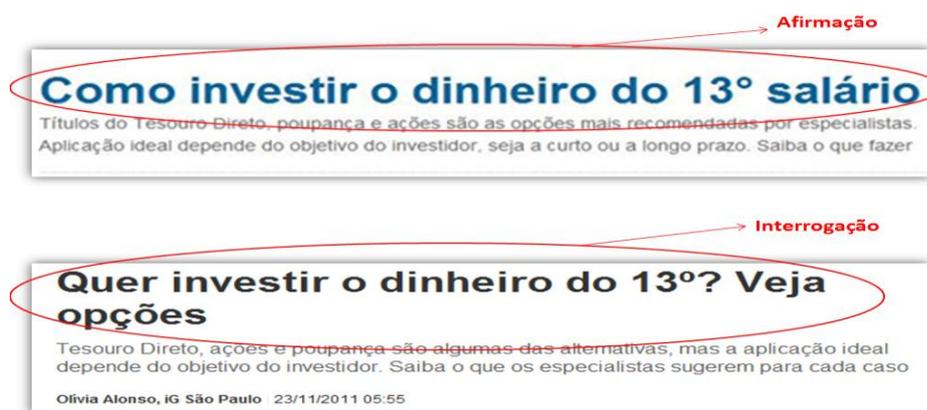


Figura 6 - Comparação do título de chamada para matéria com o título da matéria do caderno Econômico em 23/11/11

Aliada às construções frasais, destacamos também o contexto imagístico das cenografias nas quais estão inseridas, isto é, enquanto a primeira página está repleta de

figuras e logomarcas que incentivam o consumo, na matéria que aborda as opções para o 13º salário predominam imagens que sugerem a poupança (Figura 7), o investimento em produtos financeiros (Figura 8) e a liquidação das dívidas (Figura 9).



Figura 7 - Primeiro recorte da matéria publicada no do Caderno Econômico da página do *site* da IG de 23/11/11.



Figura 8 - Segundo recorte da matéria publicada no do Caderno Econômico da página do *site* da IG de 23/11/11.

Notemos que na Figura 9 o enunciado apela para uma expressão cristalizada no senso comum "liquidar as dívidas primeiro". Tal citação, que, segundo Mainguenuau (1997), tem a mesma autoridade de um provérbio ou *slogan* e tira do locutor a responsabilidade do enunciado. "[...] Quando a citação da autoridade chega no status de slogan, do ponto de vista pragmático, adquire novas propriedades, sobretudo e de estar essencialmente ligada à ação [...] O provérbio representa um enunciado limite: o 'locutor' autorizado que o valida". (MAINGUENAU, 1997, p.101).



Figura 9 - Terceiro recorte da matéria publicada no do Caderno Econômico da página do site daIG de 23/11/11.

No que diz respeito à harmonia da linguagem visual com a verbal, consideremos o “tom” expresso no texto, reforçados pelas imagens e cores retratadas no site, que caucionam desde o início a cenografia, e, por outro lado, é por intermédio de sua própria enunciação que é legitimada, pois a cenografia é simultaneamente origem e produto do discurso. É fruto da heterogeneidade mostrada, como refere Mainguenu.

Os múltiplos fenômenos dependentes da ”heterogeneidade mostrada” vão bem além da noção tradicional de citação, e mesmo daquela, mais linguística, de discurso relatado [...] O *ethos* efetivo, aquele que, pelo discurso, os co-enunciadores, em sua diversidade, construirão, resulta assim da interação entre diversas instâncias, cujo peso varia segundo os discursos. (MAINGUENAU, 1997, p.75 e 82).

Considerações finais

As observações expostas neste trabalho não têm a pretensão de esgotar o assunto, mas de oferecer uma proposta de análise que contempla a construção de um dispositivo de interpretação intermediário. Esse dispositivo tem como característica, como refere Orlandi, “[...] colocar o dito em relação ao não dito, procurando perceber, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz, mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras”. (ORLANDI, 1999, p.59).

Enfim, ao considerarmos que as novas tecnologias imprimiram maior complexidade e amplitude na comunicação, assumimos também que o reflexo dessas mudanças pode ser percebido por diferentes perspectivas, e, portanto, emana a necessidade de alargar as possibilidades de análise, somando-se às marcas linguísticas tantos recursos quanto forem necessários para a identificação das diferentes formas de disponibilização do texto.

Referências Bibliográficas

- CABRAL, A.L.T. **A força das palavras**. São Paulo: contexto, 2010.
 KOCH, I. G. V. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1996.

- _____. **Introdução à Linguística Textual**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- MAINGUENAU, D. **Introdução à Linguística**. Lisboa: Gradiva, 1997.
- _____. Ethos, cenografia, incorporação. In AMOSSY, R. (org.), **Imagens de si no discurso**. A construção do ethos, São Paulo: Contexto, 2005, p. 69-92.
- _____. Hipergênero, gênero e internet. **Doze conceitos em análise do discurso**. Org. Sírio Possenti, Maria Cecília Perez de Souza-e-Silva, trad. Adail Sobral et all. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.
- _____. **Novastendências em análise do discurso**. 3.ed. Campinas/São Paulo: Ed. da Unicamp/Pontes, 1997, p. 75-110.
- MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A.C. (org.) **Hipertextos e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentidos. 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- MARQUESI, S.C. e CABRAL, A.L.T. Enunciação e práticas discursivas na universidade: uma reflexão sobre dificuldades de escrita. In MICHELETTI, G. (org). **Enunciação e Gêneros discursivos**. São Paulo: Cortez, 2008 (p.148-172).
- MICHELETTI, G. Enunciação e práticas discursivas na universidade: uma reflexão sobre dificuldades de escrita. in MICHELETTI, G. (org). **Enunciação e Gêneros Discursivos**. São Paulo: Cortez, 2008.
- ORLANDI, E. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 7.ed. Campinas, SP: Pontes, 1999, p.57-96.
- PIETROFORTE, Antonio Vicente. **Semiótica visual**: os percursos do olhar. São Paulo: Contexto, 2010.
- POSSENTI, S. Umdispositivo teórico metodológico. In **Contribuições de Mainguenu para análise do discurso do Brasil**. São Carlos - SP: Pedro & João Editores, 2008, p.201-212.