

GÊNEROS DIGITAIS EM EMERGÊNCIA: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DO SCRAP DO ORKUT

Júlio César Araújo*
Vicente de Lima Neto**

RESUMO: Este trabalho tem o objetivo de descrever o *scrap* como gênero digital, com base nos conceitos de gênero de Bakhtin ([1953]1997) e de Marcuschi (2000). Trabalhar com esses dois pontos de vista é relevante porque nos dá sustento para estudar a maleabilidade dos gêneros, principalmente os digitais, que parecem mudar com muito mais rapidez que os da mídia impressa. Com base em um mapeamento que fizemos dos padrões genéricos que aparecem no *scrapbook*, verificamos que, além do recado propriamente dito, outros gêneros foram suscitados, como o anúncio, a carta-corrente, a notícia etc. Isso nos instigou a trabalhar com a hipótese de que o *scrap* do Orkut é um gênero em emergência, cuja constituição se dá pelo fenômeno das mesclas de gêneros, já que propicia a materialização de enunciados diversos, em virtude de características hipertextuais intrínsecas ao ambiente multimodal da web.

Palavras-chave: *Scrap*. Gênero digital. Orkut.

ABSTRACT: This paper aims to describe the *scrap* as digital genre, based on the concepts of genre of Bakhtin ([1953] 1997) and Marcuschi (2000). Working with these two points of view is important because it gives us the flexibility to study maintenance of genres, especially the digital, which seem to change much more quickly than the genres of print media. Based on a survey we did of the general patterns that appear in space for the writing of *scraps* in Orkut, the *scrapbook*, we noticed that, besides the message itself, other genres were raised, as the announcement, the current letter, the news etc. This urged us to work with the hypothesis that the *scrap* from Orkut is an emerging genre, whose creation is through the phenomenon of mix of genres, since it provides the materialization of various stated because of hypertextual characteristics inherent to web multimodal environment.

Keywords: *Scrap*. Digital genre. Orkut.

Considerações iniciais

A internet chegou ao Brasil em 1995, mas somente nos anos 2000 é que ela se popularizou. Desde então, a escrita e os textos passaram a ter novos contornos, já que tiveram de acompanhar as novas tecnologias e se adaptar a elas. Em nosso entender, a partir daquele ano, uma nova perspectiva da história da análise dos gêneros começou a ser construída, pois, como mais uma tecnologia a favor da comunicação, a web trouxe consigo gêneros diversos, surgidos a partir das necessidades dos internautas de se comunicar pela rede mundial de computadores. Crystal (2001) atribuiu à chegada da web uma grande revolução na linguagem, pois, ao que parece, ainda não se sabe até onde essas novidades trazidas pela tecnologia poderão mudar a forma de enxergar as práticas linguageiras.

Enquanto 1995 foi um marco pela chegada de novas formas de comunicação no Brasil, 2004 foi outro marco na história da internet, pois foi quando surgiu o site de relacionamentos Orkut. Desde então, sites dessa natureza se popularizaram rapidamente, convocando e provocando internautas de todas as partes do mundo a se inserir nas chamadas redes sociais com uma rapidez inimaginável. Veja-se o caso do Facebook, que hoje tem mais de 400 milhões de

* Doutor em Linguística. Professor da UFC - julcra@gmail.com / araujo@ufc.br

** Doutorando em Linguística pela Universidade Federal do Ceará. netosenna@gmail.com

usuários com apenas seis anos de existência¹. Naturalmente, a comunicação interna nesses sites também se dá por gêneros novos. E diversos. No caso do Orkut, sobressai-se o *scrap*, objeto deste estudo. Com um percurso também de seis anos, estima-se que seja o meio de comunicação mais utilizado pelos orkuteiros diariamente, para atender aos mais variados propósitos, desde um simples cumprimento até as complexas práticas de noticiar um fato ou divulgar um produto por meio de semioses diversas.

Com base nessas considerações, neste trabalho, temos o objetivo de analisar o *scrap* como um gênero digital em emergência que, embora seja uma prática de linguagem associada à novidade das redes sociais, resguarda as características epistolares do gênero bilhete. Não obstante isso, para realizar seus propósitos comunicativos, o *scrap* se materializa na forma de diversos outros gêneros, o que fortalece ainda mais o advérbio “relativamente” que atravessa o conceito bakhtiniano de gênero do discurso.

Dos gêneros

Analisar um gênero digital com base somente nos estudos clássicos pode constituir certo risco na medida em que a web e seus gêneros são fatos sociais novos e, em função do ambiente digital em que se realizam, são passíveis de mudanças repentinas. Nesse sentido, se alguns gêneros mais tradicionais não apresentam formas e estruturas fixas, o que dizemos acerca dos gêneros que se formam da e na hipertextualidade, já que eles ainda estão em construção? Eis mais um risco de considerar o *scrap*, por exemplo, como gênero, já que ele tem apenas seis anos, pois surgiu com o Orkut em 2004. Se pensarmos na definição bakhtiniana de gêneros discursivos e olharmos para os da web, veremos que os analistas terão de enfrentar muito mais a dimensão genérica do *relativamente* do que o aspecto da *estabilidade*. Estudos exploratórios dessa natureza foram realizados diante de práticas discursivas digitais também novas, como é o caso do e-mail (PAIVA, 2005), do blog (KOMESU, 2005; MILLER, 2009a) e do próprio bilhete digital (MARTINS, 2007). Compreendemos, no entanto, que atestar o *status* genérico de práticas novas, como o *scrap*, requer uma pesquisa muito mais longa e complexa do que o estudo que ora apresentamos. Mesmo assim, somos cômicos de que a teoria clássica e contemporânea de gêneros pode lançar luzes nas pesquisas que descrevem gêneros do ambiente digital e, nessa direção, percebemos que os postulados de Bakhtin (1997)², Bhatia (1993), Marcuschi (2000) e Miller (2009a) poderiam servir de ponto de partida para a jornada que nos dispomos a explorar.

Com os estudos de Bakhtin (1997), o conceito de língua passou a girar em torno da prática interacional. Para ele, a utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, que emanam de uma ou outra esfera de atividade humana. A partir daí, as reflexões acerca das construções genéricas avançaram na medida em que os gêneros passaram a ser conhecidos como formações inerentes ao cotidiano de uma dada sociedade, e não um mecanismo de ornamentação da língua, pertencente somente à literatura e à retórica. Gênero passa a ser visto como um *tipo relativamente estável de enunciado* inserido em uma determinada esfera da comunicação humana. Bakhtin (1997), então, organiza o gênero sob um tripé conceitual, a saber, a estrutura composicional, o conteúdo temático e o estilo, além de tratar o intuito discursivo, que mais tarde seria tratado como propósito comunicativo (SWALES, 1990).

Não estamos querendo afirmar, no entanto, que analisar o *scrap* sob a ótica do conceito bakhtiniano de gênero constitui uma tarefa simples, pois o pensador russo não previu gêneros multimodais, como o *scrap* (por razões óbvias, Bakhtin jamais viu, nem previu, a internet e suas potencialidades enunciativas). Contudo, se a língua realiza-se por meio de enunciados orais ou

¹ Dados de março de 2010. Informação disponível em: <<http://midiaboom.com.br/2010/03/23/infografico-i-facebook-2010/>>

² A edição traduzida que usamos é de 1997, mas a publicação original foi em 1953.

escritos, como bem defende Bakhtin, o que dizer de *scraps* que mesclam várias modalidades, como o do exemplo abaixo?

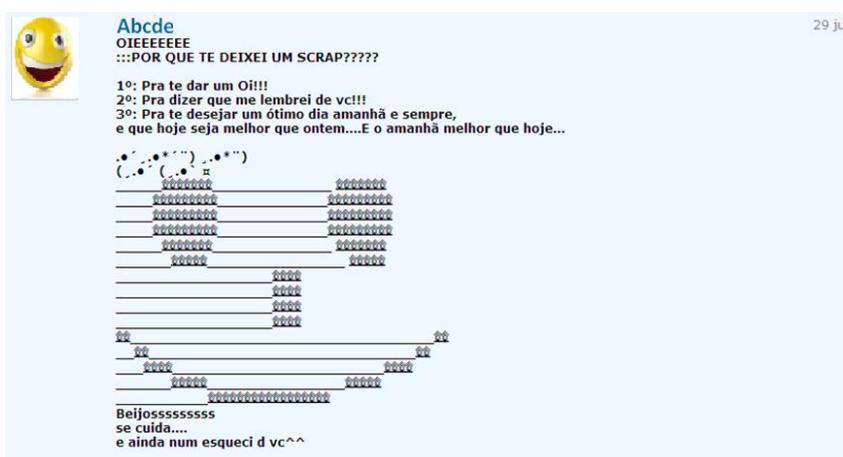


Figura 1: As novas relações com a escrita no *scrap*

Evidências empíricas como a que flagramos na figura 1, revelam que a escrita, no meio digital, passa a adquirir outras formas, com outras funções. No caso, vemos que o recado é composto por duas linguagens, uma verbal e outra visual. Esta é construída apenas com caracteres de escrita e traz a figura de um rosto sorrindo, o que caracteriza a alegria do enunciador em lembrar do coenunciador, confirmando o que aparece linguisticamente: “*Por que te deixei um scrap???* 1º: *Pra te dar Oi!!!* 2º: *Pra dizer que me lembrei de vc!!!* 3º: *Pra te desejar um ótimo dia amanhã e sempre [...]*”. Ou seja, caracteres de escrita se distanciam de seus usos canônicos e passam a constituir uma imagem a qual complementa os sentimentos do enunciador por meio de uma linguagem multimodal, possibilitada pelo Orkut. Figuras dessa natureza indicam não só haver uma intimidade afetiva entre os interlocutores do *scrap*, mas também apontam para as novas relações com a escrita (ARAÚJO, 2008) que estão em curso em gêneros, como o *scrap*.

O tripé conceitual que está na base da definição de gênero elaborada por Bakhtin parece não suportar o peso das peculiaridades de algumas práticas linguageiras da web. Verifiquemos, por exemplo, práticas como o blog (KOMESU, 2005; MILLER, 2009b), a homepage (ASKEHAVE; NIELSEN, 2005) e o e-mail (PAIVA, 2005), que são tomados como gêneros e tem formas, estilo e conteúdo dos mais variados. Da mesma forma, há quem defenda que essas mesmas práticas não são gêneros, alegando que a tamanha flexibilidade que lhes caracteriza impede que eles sejam assim reconhecidos.

Portanto, uma das saídas por nós imaginada para estudar os gêneros digitais é vê-los como entidades sociocomunicativas, o que significa não levar em conta prioritariamente padrões formais, pois “[...] quando dominamos um gênero textual não dominamos uma forma linguística e sim uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em situações sociais particulares” (MARCUSCHI, 2000, p. 5). Ao considerar os gêneros como artefatos socioculturais, Marcuschi (2008a, p. 16) argumenta que eles são, antes de tudo, “formas culturais e cognitivas de ação social corporificadas de modo particular na linguagem”. São culturais, pois eles não têm idêntica circulação situacional em todas as culturas. A escolha de um determinado gênero que tenha o intuito de atingir um determinado propósito numa dada situação comunicativa pode ser inapropriada se realizada numa outra cultura. “Não podemos supor que em todas as culturas se escreva uma carta do mesmo modo nem que se dê um telefonema da mesma maneira” (MARCUSCHI, 2008b, p. 172); são cognitivos, pois são identificados pelos integrantes de uma determinada comunidade que partilham da mesma língua/cultura, ou seja, é

como se os usuários tivessem modelos cognitivos que permitissem o reconhecimento de um determinado gênero em uma dada situação comunicativa.

É natural que sejam encontradas características formais nos gêneros também, mas, segundo Marcuschi (2000), elas são exigências de categorias cognitivas e culturais, posição esta defendida também por Bhatia (1993, p. 21), para quem os fatores psicológicos contribuem para aspectos táticos para a construção do gênero, o que caracteriza o seu processo dinâmico.

O propósito comunicativo é inevitavelmente refletido na estruturação cognitiva interpretativa do gênero, que, de certa forma, representa as regularidades típicas de organização nele. Essas regularidades devem ser vistas como de natureza cognitiva, porque elas refletem as estratégias que os membros de um discurso particular ou de uma comunidade profissional tipicamente usam em uma construção e entendem que aquele gênero alcança determinados propósitos comunicativos. Essa estruturação cognitiva reflete conhecimento social acumulado e convencionalizado disponível para um discurso particular ou uma comunidade profissional³.

Em suma, o que há de estável num gênero está muito mais ligado à cognição do que à materialidade ou a elementos linguísticos. Os propósitos comunicativos, assim como em Askehave e Swales (2001), ainda são elementos privilegiados na definição do gênero, mas eles são só reflexos da estruturação cognitiva que os membros de uma determinada comunidade que compartilha determinados gêneros têm esquematizados em sua mente. Logo, antes da produção de um gênero, os indivíduos movem esses esquemas que recuperam conhecimento social, informações sobre o contexto de uso, levantamento de hipóteses acerca do seu interlocutor etc., para, a partir daí, materializar esses dados em gêneros que permitirão alcançar os propósitos daquela interação específica. Nessa perspectiva, a relação propósito comunicativo – cognição está intimamente relacionada.

No que diz respeito aos gêneros surgidos no ambiente hipertextual da web, há muito se questiona se eles são, de fato, novidade ou são apenas modificações e adaptações dos já existentes. Para Huckin (2007, p.77), embora os gêneros digitais se pareçam, em certos aspectos, com os de fora da internet, a maneira de interagir com eles é radicalmente distinta devido, entre outros fatores, à velocidade, sendo que

é mais do que apenas a velocidade – embora essa seja a diferença mais fundamental [...] – é também a criatividade que seus usuários trazem para produzi-los. Soma-se a isso a natureza mais pública desses gêneros, e a circulação da informação [...] Tudo isso, e mais, clama para eles serem considerados novos gêneros, e não apenas novas tecnologias⁴.

Resumindo, se considerarmos que cada enunciado constitui um novo acontecimento e único na comunicação discursiva, ou seja, os gêneros sendo tomados a partir de sua historicidade, jamais podendo ser repetidos, então podemos dizer que os gêneros que emergem das relações entre linguagem e tecnologias digitais são novos, pois, apesar de terem sua contraparte em gêneros do ambiente não digital, são acontecimentos únicos em um dado ambiente (o digital), feitos para aquele meio específico e com características próprias da rede.

³ Nossa tradução de: “The communicative purpose is inevitably reflected in the interpretative cognitive structuring of the genre, which, in a way, represents the typical regularities of organization in it. These regularities must be seen as cognitive in nature because they reflect the strategies that members of a particular discourse or professional community typically use in the construction and understanding of that genre to achieve specific communicative purposes. This cognitive structuring reflects accumulated and conventionalized social knowledge available to a particular discourse of professional community. (p. 21)

⁴ Nossa tradução de: It’s more than just speed – although that’s the most fundamental difference [...] - it’s also the creativity that users bring to bear. Plus the more public nature of these genres, and the currency of the information [...]. All of this, and more, calls for them to be considered new *genres*, not just new technologies. (p. 77)

Com base nisso, para Askehave e Nielsen (2005, p.3), “a mídia [web] acrescenta propriedades únicas para os gêneros digitais em termos de produção, função e recepção, que não podem ser ignorados na caracterização do gênero. Uma das mais significantes características da mídia web é o uso do hipertexto.”⁵, que é, como já dissemos, algo só permitido num computador online.

O *scrap*, quando surgiu, era nada mais do que um gênero adaptado (no caso, do bilhete), já que permitia somente textos curtos, sem a possibilidade de nenhum recurso multimodal ou hipertextual. Hoje, com a web 2.0⁶, não podemos ser redutores e analisar o *scrap* somente dessa forma, pois muito do que na web é produzido perde características próprias quando trazido para a bidimensionalidade do papel, como veremos em todos os exemplos aqui analisados, e constituem a incrível instabilidade dessa prática discursiva no plano visual, ao mesmo tempo que configura uma estabilidade no plano cognitivo.

Da genericidade do *scrap*

Julgamos relevante explorar inicialmente a hipótese da genericidade do *scrap*, dados os inúmeros usos diários feitos pelos orkuteiros. Assim, dentre as características que podem nos levar a pensar sobre o tema, está o conceito de gênero de Bakhtin (1997), sempre atual, que pode abrigar também o *scrap*, tendo em vista este ser um evento comunicativo muito instável devido, principalmente, à natureza do ambiente onde se atualiza e a dinamicidade interativa que esse ambiente tem. Além disso, é uma prática discursiva que evoluiu muito rapidamente. O espaço onde os *scraps* se materializam, comumente, de maneira intersemiótica denomina-se *scrapbook*. O que chama atenção não é a elaboração de uma mensagem, mas a evolução sofrida pelo *scrap* em tão pouco tempo, como poderemos averiguar por meio dos exemplos que se seguem:



Figura 2: *scrap* prototípico

Pelo exemplo, vemos que se trata de uma mensagem de cunho epistolar, cujas características são realçadas por Silva (2002, p. 32),

No caso da maioria dos gêneros epistolares, têm-se algumas fórmulas lingüístico-discursivas, as chamadas rotinas comunicativas, como o vocativo, a saudação e a despedida, que, no percurso de mais três séculos, vêm mantendo uma estabilidade na composição textual desses gêneros.

E essas rotinas discursivas são possíveis de serem verificadas neste exemplar, razão pela qual os enunciados “**netooooooooooooo!! Ei sumindo, a cintia deixou teu dinheiro comigo!! e avista quando aparece pra eu te entragar [sic] viu!! bijm**” trazem o vocativo, a mensagem propriamente dita e a despedida, respectivamente. Agora é bem verdade que, no Orkut, essas rotinas sofrem certa modificação em virtude do meio. Não há a necessidade de assinatura, por

⁵ Nossa tradução de “the medium adds unique properties to the web genre in terms of production, function, and reception which cannot be ignored in the genre characterization. One of the most significant characteristics of the web medium is its use of hypertext.”

⁶ Entendemos web 2.0 como uma evolução da plataforma da internet. Ela chegou em 2004 e propiciou o aumento da largura da banda, ocasionando uma maior velocidade na conexão e permitindo recursos antes impossíveis na web 1.0, como os vídeos do Youtube, o Google Talk, no Orkut, as figuras animadas em muitos sites, inclusive no Orkut.

exemplo, pois esse elemento já é dado pelo *scrapbook*, inclusive com foto⁷. Além disso, à direita, ainda tem-se a data do envio, algo também nem sempre trazido em bilhetes, até porque a natureza do gênero não exige, diferente de uma carta, por exemplo. Ainda é possível verificar, também, traços do internetês, como a abreviação de palavras (bijim), por exemplo.

Alheio a tais rotinas, ainda tem-se um P.S. (*Post-scriptum*), originalmente “escrito depois”, que traz uma informação a ser acrescentada a uma carta depois de terminada. No caso em específico, nota-se uma clara mudança de tópico e diz respeito ao estado de saúde do coenunciador, temática esta não trabalhada na mensagem, muito provavelmente porque não era este o propósito do *scrap*.

O que dissemos é relevante porque aponta para certa tradição discursiva de epistolaridade do *scrap*. Consideramos que não devemos olhar para a dimensão histórico-temporal dos gêneros digitais com as mesmas lentes que usamos para enxergarmos os gêneros mais conhecidos. Podemos dizer que, na web, o tempo corre diferentemente. O *scrap*, embora tenha apenas seis anos, teve uma evolução tamanha que, se comparado a outros gêneros de outras mídias, estes proporcionalmente levariam um tempo muito maior para chegar ao mesmo nível de mudanças sofridas pelo evento comunicativo em análise. Nessa direção, um dos argumentos que nos faz levantar a hipótese de tratar o *scrap* como gênero é sua historicidade. Note que ele tem traços típicos do bilhete (assinatura, dada pelo próprio meio onde ele se atualiza; vocativo, mensagem curta de caráter informativo e despedida – ausente neste exemplo em específico, mas muito comum nos *scraps*), ou seja, é possível falar em uma transmutação do gênero para o ambiente virtual. O *scrap* absorveu características do gênero bilhete, apropriando-se de suas rotinas discursivas, cujos traços podem remontar a práticas de letramento bastante antigas na história da humanidade, por estar na comunicação básica, no cotidiano das pessoas.

Nesse sentido, é digno de nota o trabalho de Martins (2007, p. 28), que também estudou o *scrap*, chamando-o de bilhete digital. A tese da pesquisadora é a de que o bilhete digital utilizado no Orkut é nada mais do que uma reconfiguração do bilhete tradicional. Primeiramente, a autora postula as regularidades estruturais do gênero em análise:

O bilhete digital no Orkut é uma das consequências da Internet e possui relação assíncrona, de duração limitada, mensagens curtas, formato de estrutura fixa, participantes em número variado e conhecidos, de função interpessoal, com assuntos de temas livres ou combinados, semiose: puro texto corrido, curto, e mensagem gravada automaticamente.

Características como as que a autora postulou são válidas para exemplos como o da figura 2, por se tratar de um *scrap* clássico. Acerca disso, consideramos que este enunciado tem características do bilhete, daí a razoabilidade da hipótese da autora, de que o bilhete digital nada mais é do que uma reconfiguração do bilhete tradicional. Como posteriores argumentos para a sustentação de sua tese, ela acrescenta:

[...] constatei que nos bilhetes digitais realizam-se quatro movimentos, que agora descrevo:

Movimento 1: Nome do remetente ou apelido;

Movimento 2: Saudação;

Movimento 3: A mensagem propriamente dita;

Movimento 4: Despedida” (MARTINS, 2007, p. 61).

Para a autora, a estrutura formal é a grande responsável pela afirmação de que o bilhete digital surgiu do bilhete tradicional. Além do aspecto composicional, elencado acima, outras características que aproximam tais gêneros são “a projeção de informações curtas, rápidas, sem

⁷ Embora saibamos que o Orkut é um ambiente público, em todos os exemplos foram omitidos o nome e a foto do emissor, por uma questão de preservação da identidade. São dados irrelevantes para a pesquisa.

muitos escritos” (MARTINS, 2007, p. 65) e “uma forte tendência à utilização informal da linguagem” (p. 66). Entretanto, a mais notável diferença diz respeito não à produção do bilhete digital, mas à recepção:

Os bilhetes tradicionais podem ou não ser sigilosos, já no Orkut, os recados são públicos, o ambiente virtual o torna comum a todos, pode ser lido e comentado por qualquer visitante que pode ou não sentir-se motivado pela reação da resposta-ativa do interlocutor. A partir daí, a escrita constrói uma imagem para seus interlocutores, utilizando, para tanto, um jogo dialógico intenso. Ao enfatizar essa dicotomia, elementos que compõem a situação de produção do enunciado são alterados: o receptor e a intenção discursiva diferenciada, obtém-se um novo gênero, com características do bilhete tradicional. Há uma reconfiguração do **bilhete** tradicional para os **recados** no ambiente virtual, o Orkut. (MARTINS, 2007, p. 52, grifos nossos).

Como dissemos, é pertinente a análise da autora, principalmente no que diz respeito à publicização dos *scrap*s: diferentemente do bilhete tradicional, o *scrap* estará disponível para todos que tenham uma conta no Orkut, desde que o dono do *profile* não bloqueie o acesso de outros usuários ao *scrapbook*. Essa rede de relacionamentos dá essa possibilidade, portanto há um certo cuidado com o conteúdo a ser publicado nos *scrap*s, que pode ser visto por todos. Se uma informação de caráter mais íntimo foi escrita naquele espaço, há o risco de sanções, como o fato de o usuário ter sua privacidade invadida por pessoas alheias ao assunto tratado no *scrap*, o que não ocorre nos bilhetes tradicionais.

Independentemente disso, a composição do *scrap*, desde 2007, sofreu alterações, quando o Orkut adquiriu novas características procedentes das melhorias da largura de banda, principalmente da web 2.0, e passou a permitir sons, imagens, *gifs* e outros elementos semióticos enriquecedores, impensáveis na web 1.0. Isso abalou profundamente a natureza dos gêneros digitais, e o *scrap* não saiu incólume a isso. Vejamos:



Figura 3 – Mensagem afetiva

O exemplo acima traz uma mensagem afetiva pela qual o enunciador deseja ao seu coenunciador um bom fim de semana. Para isso, ele não se utilizou apenas de linguagem verbal. A figura é, na verdade, a inserção de um código HTML⁸ que se materializa no desenho de uma

⁸ HTML é sigla para *Hyper Text Markup Language* – Linguagem de Marcação de Hipertexto. Esses marcadores são utilizados para a produção de páginas na Web. Para um estudo mais aprofundado sobre o tema, remeto o leitor para <<http://www.w3.org/People/Raggett/book4/ch02.html>>.

jovem acompanhada de uma mensagem afetuosa, com cores claras e singelas, o que, naturalmente, influi na construção do sentido. Diante das potencialidades enunciativas do *scrap* possibilitadas desde o segundo semestre de 2007, o enunciador tem muito mais opções de transmitir uma mensagem para quem quer que seja.

Um recado com todos esses aparatos semióticos, como figuras, cores, fontes distintas, por exemplo, eram impossíveis antes de se permitir a inserção de códigos HTML no espaço destinado à mensagem. Com isso, a tendência foi que a formação do *scrap*, que, àquela altura, já permitia agregar outros gêneros, passou a ser muito mais complexa, desafiando os limites analisados por Martins (2007), por exemplo. Note que, embora o enunciador se utilize de uma saudação “oiii...^.^” e de uma despedida – “beijinhos.....” –, ele poderia manter somente o HTML que inseriu, e o propósito seria alcançado (desejar um bom fim de semana ao coenunciador). A depender do caso, traços dos *moves* 1, 2 ou 4, que, segundo a pesquisadora, poderiam caracterizar o gênero bilhete digital, nem sempre aparecem, como se vê abaixo.

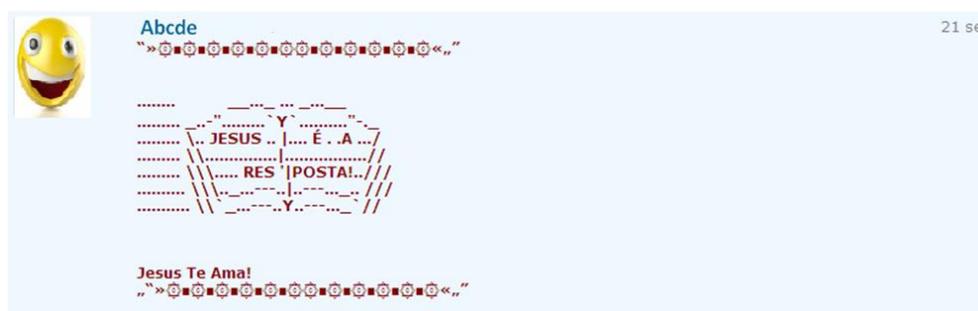


Figura 4: Pregação

Este enunciador se utiliza do *scrap* para realizar pregação, gênero do campo religioso, pois tem como propósito incutir no leitor um certo posicionamento ideológico. Todavia, não deixa de ser um recado, a partir do momento em que o interlocutor o recebe dessa maneira.

Segundo sua metodologia, os trinta exemplos analisados na pesquisa foram coletados nos dias 8 e 9 de agosto de 2007 (MARTINS, 2007, p. 59), data em que já estavam disponíveis no Orkut diversos recursos multimodais que propiciam uma nova forma de construir sentido, como a presença de links, figuras, imagens e animações. Isso significa que atribuir o *status* genérico ao *scrap* somente com base nos movimentos retóricos dos bilhetes digitais, propostos pela autora, é deixar de lado características bastante marcadas de um novo modo de transmitir mensagens curtas: por meio de outras semioses – como imagem e som – ou por meio de mesclas genéricas complexas que constituem o *scrap*, enfim, de outros traços que existem naquele evento comunicativo e só são possíveis graças à plataforma web 2.0. Frente a eles, atrelar à única distinção entre bilhetes digitais e tradicionais os aspectos da materialidade linguística nos parece ser um tanto redutor:

Acredito que posso apresentar, entre os objetivos atingidos, a caracterização da linguagem utilizada no ambiente virtual Orkut, conferindo ao bilhete digital o status de gênero textual emergente da tecnologia por meio da reconfiguração do bilhete tradicional, por apresentar uma estrutura de composição textual regular com os padrões que se repetem (MARTINS, 2007, p. 77).

Não teríamos, a rigor, outro gênero, mas apenas uma mudança de suporte sofrida pelo bilhete que, naturalmente, ao ser recategorizado, absorveu características do ambiente digital. O que aproxima os bilhetes tradicionais dos digitais não é apenas a materialidade linguística; pelo contrário, é aquilo que não aparece na superfície do texto, que é o propósito comunicativo geral. É neste ponto que entra um outro argumento, além da historicidade do gênero, que nos leva à hipótese de considerar a genericidade do *scrap*: o aspecto sociocognitivo do gênero (BHATIA,

1993; MARCUSCHI, 2000). Em nossa análise, verificamos que as “regularidades” no *scrap* são, na verdade, o que menos aparecem na materialidade. Como dissemos, o *scrap*, há muito, deixou de ser um mero bilhete para assumir a forma e o estilo de outros gêneros. Telles (2006, p. 28), em pesquisa sobre o Orkut, já atentava para este fato:

O termo *scrap* tornou-se tão popular que hoje é comum ouvir um ou outro usuário dizer: “Você recebeu o scrap que lhe mandei ontem?” Ou: “Ainda não respondi a seu *scrap*”. Na maioria das vezes, os usuários fazem isso para divulgar shows, correntes [...], propagandas, mensagens de fim de ano, de Natal e de datas festivas.

Mesmo em 2006, a variedade de gêneros que se rotulavam sob nome de *scrap* já era perceptível, o que permite mostrar o quadro restritivo em que se inscreveu o corpus analisado por Martins (2007) e contribui para argumentarmos que o *scrap* pode ser um gênero também sob o ponto de vista dos usuários, que o reconhecem como uma prática discursiva que circula em meio social e já está relativamente estabilizada no Orkut.

É importante que fique claro que não se invalida de forma nenhuma tal pesquisa, mas é fato que não foi levada em conta toda uma realidade enunciativa potencializada pelo *scrap*. Bezerra (2009, p. 515) também teve a mesma impressão de Telles (2006): “[...] o que se exhibe nas páginas de recado do Orkut pouco tem a ver com o gênero originalmente previsto para ser reproduzido e veiculado ali. [...] Uma diversidade de gêneros coexiste sob o amplo manto do ‘recado do Orkut’”. Ou seja, ao que parece, muitos são os gêneros que constituem o *scrap* com os mais variados propósitos comunicativos.

Diante de tantos propósitos, é natural que uma única estrutura que caracterize o bilhete digital não dê conta de todos eles. Vale ressaltar que o bilhete já tinha (e continua tendo) propósitos distintos, o que nos instigava afirmar que essa mudança nos propósitos poderia levar a gêneros distintos. Entretanto,

entendamos, então, que o bilhete é um gênero que tem como propósito comunicativo geral estabelecer uma comunicação simples e rápida com alguém que não se encontra no mesmo plano físico (ou que, pelo menos, dois interlocutores não tenham a possibilidade de se manifestar oralmente num mesmo ambiente, como dois alunos numa sala de aula, por exemplo). Mas é importante salientar que ele pode ter variados propósitos comunicativos específicos, como convidar, agradecer, felicitar, lembrar, cumprimentar, pedir, anunciar, dar uma má notícia etc. (LIMA-NETO, ARAÚJO, 2009, p. 11).

Isso quer dizer que compartilhamos com Martins (2007) a tese de que o *scrap* tem traços característicos do bilhete tradicional, porém não reduzimos nossa análise à materialidade linguística uma vez que as características do bilhete tradicional evoluíram em virtude do avanço das novas tecnologias. Enquanto um bilhete pode ter o propósito de anunciar algo com um simples enunciado, o *scrap* potencializa esse mesmo propósito colocando o próprio anúncio materializado no *scrapbook*. Um bilhete pode ter variados propósitos comunicativos, mas eles não são suficientes, no nosso entender, para nos levar a outro gênero.

No *scrap*, assim como nos bilhetes, nas cartas, nas notícias, temos apenas variações do mesmo gênero. São exemplos que podem apresentar propósitos específicos distintos, mas têm o mesmo propósito geral. Se entendermos o *scrap* como gênero, será o propósito geral que o governará, pois é isto que está estabilizado na mente dos usuários. O que se materializa é instável, pois são gêneros distintos. É neste ponto que entra a noção básica de relativa estabilidade que propõe Bakhtin (1997) para os gêneros. Eles são voláteis, plásticos e maleáveis, sendo que é impossível que todos os exemplares de um mesmo gênero sigam um modelo-padrão.



Figura 5 – Anúncio

À primeira vista, temos um anúncio de uma casa de shows. Seguindo a legenda acima, em 1, verificamos isso, já que parece ser um retrato fiel de um cartaz que pode ser afixado em uma parede, por exemplo. Ali encontramos o nome da casa de eventos e as atrações que acontecerão durante os sábados do mês de junho. Abaixo, temos o endereço e o contato telefônico. Este tipo de estrutura do enunciado equivale a de um anúncio, geralmente vindo em um cartaz de divulgação. Provavelmente, os leitores desse *scrap*, inconscientemente, verificarão que o propósito deste enunciado é divulgar a casa de shows por meio de suas atrações, o que, no nosso entender, configura o propósito geral de gêneros publicitários.

Entretanto, estamos levando em conta somente informações contidas na superfície textual. No nosso entender, trata-se também de um recado. Primeiro, porque o enunciador da mensagem conhece os gostos musicais do coenunciador e sabe que este é o tipo de show que interessaria. Isso pode ser confirmado por 2: “Acho que algo nessa **propaganda** te interessa”. Veja que o próprio enunciador caracterizou o gênero como propaganda. Que fique claro que não negamos a coexistência de padrões desse gênero constituindo o gênero *scrap*, mas outras informações também devem ser levadas em conta na interação. Sabe-se, também, que um cartaz publicitário não seria mostrado a uma só pessoa. Isso foge aos propósitos do gênero anúncio, contido no cartaz, já que ele é elaborado para estar visível para um público-alvo bem maior. O enunciador poderia ter se utilizado do gênero bilhete, mandado um e-mail, um torpedo ou simplesmente telefonado para o seu coenunciador passando a mesma informação, mas ele optou pelo *scrap* que, diante dos recursos possibilitados pela web 2.0, torna a informação muito mais atrativa e interativa. Todo esse aparato utilizado pelo enunciador simplesmente transmite o seguinte enunciado: “Amigo, dê uma olhada neste cartaz. Há coisas que te interessam aqui”, o que, no nosso entender, não foge aos propósitos do recado. É só uma forma bem mais complexa (e muito mais interessante) de passar este conteúdo. Logo, o propósito específico – a divulgação dos eventos – pode ser mais facilmente atingido se o coenunciador tiver à sua frente uma réplica de um cartaz.

Segundo, porque, como no ambiente digital os gêneros são muito instáveis, é viável dizer que a prototipicidade que qualquer internauta busca enxergar é de natureza mais sociocognitiva do que visual. Pode-se enxergar qualquer gênero no *scrapbook*, como vídeos, notícias ou até o anúncio em questão, mas a enunciação do Orkut aciona cognitivamente esquemas para que ali se veja um *scrap* ou algo que se aproxime dele. Neste caso em específico, as semioses utilizadas pelo enunciador pautaram-se na enunciação visual e textual. Entretanto, a hipertextualidade permite outras formas de se transmitir um recado:



Figura 6: Podcast

Este exemplar traz um *podcast* – arquivo audiodigital que é publicado na internet e possibilita a reprodução de arquivos MP3 – que imita um aparelho de som e permite escutar músicas, desde que se clique no *play* [▶]. O gênero que se terá acesso é a canção, pelo menos na materialidade, mas, cognitivamente, o leitor reconhece como o recado desde enunciador para aquele momento: “Escute esta música”. O que queremos dizer com isso é que o *scrap* é um evento comunicativo de formação complexa, por isso o seu *status* genérico não pode ser baseado em sua estrutura, somente. A partir do momento que se permitiram HTML, ficou impossível descrever o *scrap* por sua forma.

Então, entender o gênero como um constructo sociocognitivo nos permite afirmar que o reconhecimento desse objeto se dá não apenas pelo que aparece visualmente, mas, sobretudo, por representação da prática de linguagem que se vai exercer. Isto é cognitivo, pelo fato de esta representação ser construída mentalmente, e é cultural, pelo fato de as práticas de linguagem serem reconhecidas socialmente. No *scrap*, então, converge uma mescla de *IN*Stabilidade – estabelecida pelas formas que aparecem para o coenunciador, como vemos, das mais variadas – e *E*Stabilidade, esta sim a representação sociocognitiva de que, ao se enviar um *scrap*, seja ele da estrutura que aparecer, envia-se uma mensagem, um recado. É exatamente esta representação que permite o reconhecimento de um gênero. Por isso talvez Telles (2006) já tenha notado a popularização do termo *scrap*, mesmo em um trabalho que não é de Linguística, mas de Marketing. Isso apenas confirma que não é seguro reduzir o reconhecimento de um gênero apenas em seus aspectos visuais, tendo o analista que atentar para a dimensão sociocognitiva desse objeto. A figura abaixo pode nos ajudar a entender a construção desse raciocínio:

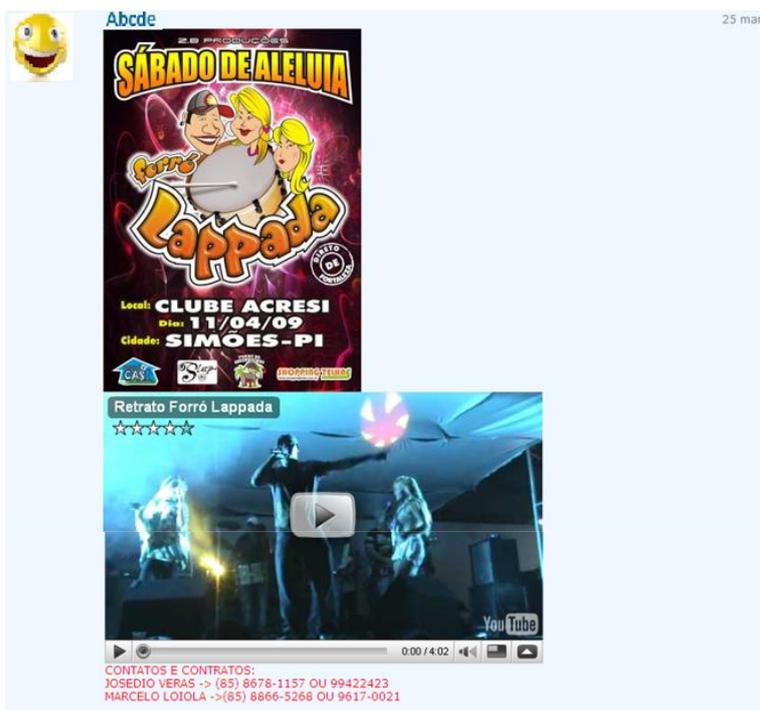


Figura 7 – Promoção de banda

O exemplo constitui uma mescla por gêneros num único *scrap*, pois se constitui a partir de misturas de padrões de um anúncio publicitário e de um vídeo que traz um trecho do show da banda anunciada. Aparentemente, estamos diante de gêneros distintos, pois eles podem existir independentemente e separados, contudo, neste exemplo em específico, confluem para um objetivo específico – o de promover a banda de forró.



Figura 8 – Interpretação do *scrap*

Como estamos supondo, enquanto na tela do computador o *scrap* se materializa como na figura 8, com a visualização de pelo menos dois gêneros – o anúncio e o vídeo – e um alto grau de instabilidade, devido à flexibilidade dos gêneros e do ambiente digital, o que acontece por trás dos olhos do coenunciador, na cognição, é interpretado pelos membros que participam do Orkut como uma mensagem de natureza mais epistolar, curta, simples e com certo grau de intimidade, cujo propósito comunicativo específico é o de promover uma banda. Quem recebe este *scrap*

realiza inferências para preencher o que não apareceu em materialidade linguística – exatamente o que se realiza na mente. Note que podem ser traços do bilhete tradicional.

Enquanto o coenunciador conseguir recuperar cognitivamente a origem do *scrap* como tendo a mesma do bilhete ou do recado, será possível argumentar em favor da transmutação dos gêneros bilhete/recado pela web e enxergar esta prática de linguagem tão complexa como um gênero de formação híbrida, mas que tem a sua estabilidade em características históricas e pragmáticas, como o mesmo propósito comunicativo do bilhete. Entretanto, diante das novas tecnologias, daqui a pouco será complicado ou até impossível fazer essa recuperação, pois o ambiente onde este suposto gênero está inserido é volátil, o que pode fazer com que o *scrap* sofra transformações ainda mais bruscas e mude completamente, a ponto de não ser permitido relembrar as origens.

Com problemáticas de mesma ordem, estão o e-mail (PAIVA, 2005) e o blog (MILLER, 2009b). Atestar a genericidade destes dois eventos comunicativos constitui grande desafio, exatamente por terem características muito fluidas. O e-mail hoje comporta gêneros dos mais diversos, como *spams*, anúncios, avisos etc., além de servir como suporte ou canal para envio de arquivos, como teses, por exemplo. O blog, que, segundo Komesu (2005), partiu do diário pessoal, poderia ser enxergado como gênero – como o foi para Miller (2009b) – desde que pudesse se recuperar única e exclusivamente essa origem, assim como estamos supondo ser a do *scrap* em relação ao bilhete. Mas hoje é impossível fazer essas recuperações, pois o blog é tão volátil que se pode, inclusive, falar em blogs: jornalístico, publicitário, esportivo, político etc.

Por razões dessa natureza, vamos enxergar o *scrap* como gênero apenas se for entendido como uma transformação/transmutação do gênero bilhete e se for possível que os usuários de fato reconheçam a estabilidade do *scrap* no propósito comunicativo geral, não nos específicos. Olhando por este prisma, vê-se que o *scrap* é um evento comunicativo que potencializa mesclas de naturezas distintas, principalmente de gêneros vários, que são as que se materializam na tela do computador.

Considerações Finais

Embora haja ressalvas no que diz respeito à genericidade do *scrap* do Orkut, argumentamos, neste curto ensaio, que o *scrap* deve ser tratado, na verdade, não como somente um gênero simples, primário, como diria Bakhtin (1997), mas, sim, como um gênero emergente de complexa formação, pois ele se constitui de elementos multissemióticos e hipertextuais que colocam em evidência o seu gigantesco potencial enunciativo.

O *scrap*, embora presente, na superfície, traços de gêneros dos mais variados, como anúncios e notícias, por exemplo, traz em sua essência a realização do seu propósito comunicativo geral, que é o mesmo do bilhete/recado (suas contrapartes fora do ambiente digital), a saber, estabelecer uma comunicação simples e rápida com alguém que não se encontra no mesmo plano físico. É importante ressaltar, novamente, que os propósitos comunicativos específicos, que são variados, no caso do *scrap*, não têm força suficiente para formular um novo gênero. Diríamos, então, tratar-se de variações do mesmo gênero: são propósitos comunicativos distintos, mas todos sob o rótulo: *scraps*. Então, cartas-corrente digitais, cartões digitais, *spams*, agendas, cartões de visita etc., gêneros que se materializam superficialmente no *scrapbook* não podem ser analisados sem se levar em consideração aspectos também extralinguísticos, que, muitas vezes, não aparecem à primeira vista. Sugere-se avaliar a relação que há entre o enunciador e coenunciador da mensagem (únicos), os propósitos gerais dos gêneros que se encontram na superfície, que nem sempre entram em acordo com os propósitos originais do *scrap*, e a relação dos usuários com o gênero, já que, pelo fato de o gênero ser uma categoria também sociocognitiva, ao se deparar com uma construção genérica qualquer no *scrap*, o cérebro moverá esquemas que permitirão ao enunciador atentar para o fato de que aquele gênero que está

aparecendo na superfície, como no caso do anúncio exemplificado, não está no seu habitat natural, portanto não se trata de um anúncio típico.

Talvez neste aspecto encontre-se o erro de dizer que o *scrap* é um suporte para outros gêneros. Na verdade, esta é uma discussão que merece um estudo à parte, em virtude de a categoria suporte ainda se encontrar bastante nebulosa na literatura e termos de mexer com conceitos também de áreas alheias à Linguística, como a Informática.

Referências

- ASKEHAVE, I.; NIELSEN, A. E. Digital genres: a challenge to traditional genre theory. **Information Technology & People**, v. 18, n. 2, p.120-141, 2005.
- ASKHAVE, I. & SWALES, J. M. Genre identification and communicative purpose: a problem and a possible solution. **Applied Linguistics**. OXFORD, UK, v. 22, n. 2, p. 195-212, 2001.
- ARAÚJO, J. C. “Pra te e a galera vc tem q abreviar muito”: o internetês e as novas relações com a escrita. In: DIEB, M. (Org). **Relações e saberes na escola: os sentidos do aprender e do ensinar**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 119-134.
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, [1953] 1997.
- BHATIA, V. K. **Analysing genre: language use in professional settings**. London: Longman, 1993.
- BEZERRA, B. Gêneros textuais em suporte digital: os gêneros do Orkut. In: VI Congresso Internacional da Abralín, 2009, João Pessoa. **Anais: VI Congresso Internacional da Abralín**. João Pessoa: Ideia, 2009. v. 1. p. 513-519.
- CRYSTAL, D. **A revolução da linguagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Edições, 2001.
- HUCKIN, T. Electronic genres and what they mean for genre theory and pedagogy: some thoughts. **Anais do 4º Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais**. Tubarão-SC: UNISUL, 2007. p. 70-80.
- KOMESU, F. **Entre o público e o privado: um jogo enunciativo na constituição do escrevente de blogs na internet**. 2005. 261 f. Tese. (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem (IEL), Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, 2005.
- LIMA-NETO, V.; ARAÚJO, J. C. Sobre a genericidade do *scrap* do Orkut. **Anais do V Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais**. Caxias do Sul-RS: UCS, 2009, p. 1-20.
- MARCUSCHI, L. A. **Gêneros textuais: o que são e como se constituem**. Recife: EDUPE, 2000.
- _____. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. 3. ed. In: KARWOSKI, A.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Org.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. Palmas e União da Vitória: Kaygangue, 2008a, p. 17-33.
- _____. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.
- MARTINS, C. C. L. **Gêneros digitais e a escrita no Orkut: reconfiguração do gênero bilhete**. 2007. 87 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2007.
- MILLER, C. Gênero como ação social. In: DIONÍSIO, A. P.; HOFFNAGEL, J. C. (Org.). **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Trad. e adaptação de Judith Chambliss Hoffnagel et al. Recife: EDUFPE, 2009a, p. 21-44.
- _____. Blogar como ação social: uma análise do gênero Weblog. In: DIONÍSIO, A. P.; HOFFNAGEL, J. C. (Org.). **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Trad. e adaptação de Judith Chambliss Hoffnagel et al. Recife: EDUFPE, 2009b, p. 61-92.

PAIVA, V. L. M. O. E-mail: um novo gênero textual. In: MARCUSCHI, L. A. e XAVIER, A. C. (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005, p. 68-90.

SILVA, J. Q. G. **Um estudo sobre o gênero carta pessoal**: das práticas comunicativas aos indícios de interatividade na escrita dos textos. 2002. 208 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Programa de Pós-graduação em Letras – Estudos Linguísticos – da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2002.

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

TELLES, A. **Orkut.com**. São Paulo: Landscape, 2006.