

# O burburinho do ciberespaço: aspectos retóricos nos discursos dos internautas

Maria Beatriz Almeida Sathler Bretas\*

*Busca identificar elementos retóricos nos discursos veiculados na Web. Distingue atores institucionais e individuais na autoria dos textos eletrônicos. Estabelece relação entre características do hipertexto e as propostas de Ítalo Calvino para a literatura no próximo milênio.*

Este ensaio é uma tentativa de identificar elementos que possam auxiliar no processo de leitura de mensagens publicadas na Internet. Diante da imensidão do tecido (teia, texto) telemático, julguei necessário fazer um recorte tomando como objeto específico de análise uma unidade cujas propriedades expressam a ocupação do espaço por diversos tipos de agentes, atores que reinventam o cotidiano através inauguração de novas práticas das redes.

Tal unidade refere-se aos sites, sítios, territórios dominados, posse de terra virtual no ciberespaço. Trata-se, também, da *home-page*, ou a casa de um eventual morador que sempre está disposto a estabelecer contatos. É, portanto, uma unidade de natureza topológica. As tentativas de contato dos diversos tipos de atores significam uma busca de interlocução, manifesta através de vários códigos de linguagem, atualizados para criar novas formas de comunicação. As mensagens dos atos comunicativos são expressas através de vários objetos/signos, visuais ou sonoros, que, aos poucos, vão inaugurando novas e recriando velhas formas de expressão.

A grande marca comum a todos os discursos que trafegam pelas ondas da WWW (*World Wide Web*) é apropriação do hipertexto, como forma de apresentar caminhos para o trânsito no universo virtual das informações. Entendendo que o hipertexto não é uma qualidade somente do texto eletrônico, tecido em *bits*, vale recorrer a autores que, de alguma forma, se identificam com as práticas das redes, sejam estas corpóreas ou não, para descrever alguns elementos que colaboram na construção da retórica, ou das várias retóricas, dos habitantes do ciberespaço. Assim, busquei as idéias de Ítalo Calvino, em suas propostas para a literatura do próximo milênio; persegui o olhar microscópico sobre as práticas cotidianas, através de Michel de Certeau e apoiei-me na perspectiva das redes telemáticas de Pierre Lévy, para quem nos hipertextos "*o curso dos acontecimentos é uma questão de topologia, de caminhos.*" (LÉVY, 1993, p.24)

\* Professora do Departamento de Comunicação da UFMG e Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da EB/UFMG.





por instituições/organizações das mais diversas espécies, como as empresas, desde as pequenas até os conglomerados multinacionais; como religiões, passando das mais extremistas até as mais conservadoras; como governos e movimentos sociais, entre outras.

Caracterizam-se, na maioria das vezes, por apresentarem tais organizações numa perspectiva mercadológica de inserção de seus produtos (concretos ou simbólicos), oferecendo-os ao consumo. Suas mensagens prestam-se ao convencimento dos consumidores. São persuasivas por natureza e dizem respeito, portanto, a uma retórica. Como a apreensão das mensagens deve ser capitalizada sob a forma de vendas ou aceitação de idéias, quanto mais forte for a importância da organização que se mostra em sites da *Web*, mais racional, planejada e calculada nos mínimos detalhes será sua *home-page*.

Em suma, são práticas que recorrem às estratégias, entendidas a partir do pensamento de Michel de Certeau:

*"Chamo de 'estratégia' o cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder é isolável de um 'ambiente'. Ela postula um lugar capaz de ser circunscrito como um próprio e portanto capaz de servir de base a uma gestão de suas relações com uma exterioridade distinta."* (CERTEAU, 1994, p.46)

Um pequeno exemplo do discurso desse tipo de ator institucional pode ser visualizado na figura apresentada abaixo. Refere-se a um apelo publicitário veiculado no site de uma das mais importantes corporações empresariais da produção de software para a Internet - a Netscape Communications Corporation, concorrente da Microsoft, no fornecimento de programas de navegação, os chamados browsers, instrumentos localizadores e direcionadores de rotas, ou caminhos, na *Web*; o verbo to browse, que significa pastar, também apresenta o sentido figurado de folhear, passar as páginas de um livro. O anúncio, que está no formato de banner (faixa), ao ser visualizado na tela do computador, apresenta a sucessão de várias imagens, criando a ilusão de movimento:



A figura, que no site da Netscape é um link, ao ser acionada dá passagem a outra página da empresa, contendo mensagens de orientação aos usuários, para que recebam, gratuitamente, o *software Communicator*. Ao ser solicitado, o programa é fornecido, através da transferência de arquivos, para o computador do usuário, no mesmo momento do pedido.

O outro conjunto de atores, composto por indivíduos, homens e mulheres, das mais variadas idades, das mais diversas línguas, credos, raças e categorias profissionais, têm razões diferentes para estabelecer contatos nas redes. Na maioria das vezes, a comunicação que aí ocorre não pretende capitalizar, de maneira objetiva, os resultados. Pretende, porém, conquistar o outro (o leitor de palavras escritas, imagens e sons) na construção de relações.

Imbuído desta pretensão, o discurso deste segundo tipo de atores, também se apoia em elementos de linguagem de efeito retórico. Mas o que se coloca em jogo neste espaço de sociabilidade não são as validações quantitativas sobre a adesão às compras ou às idéias (ainda que muitos apresentem dispositivos de registro e exibição do número de acessos que a página recebeu). Ao contrário, são os sentimentos de sujeitos que pretendem compartilhar os significados que lhe são caros.

As ações de escrever (registrar), cujo autor pressupõe alguns dos possíveis significados a serem atribuídos às mensagens por possíveis interlocutores, empregam instrumentos estratégicos, de cálculo e de planejamento, muitas vezes, extremamente facilitados pelo próprio *software*. Mas, também, utilizam recursos táticos, no sentido das investidas necessárias à sobrevivência no ciberespaço. De acordo com as idéias de CERTEAU (1994, p.102):

*"As táticas são procedimentos que valem pela pertinência que dão ao tempo - às circunstâncias que o instante preciso de uma intervenção transforma em situação favorável, à rapidez dos movimentos que mudam a organização do espaço..."*

Um evento que ilustra o uso de táticas e estratégias pelos construtores de *home-page* é a utilização de imagens na composição da tela/página. Os atores institucionais, referentes a organizações competitivas e pertencentes ao primeiro tipo, contratam os mais criativos profissionais das grandes agências de publicidade, embasados em cuidadosos planos de *marketing*, para a criação de logomarcas e programação visual especiais. Já os atores do segundo tipo ou geram suas próprias imagens e sons, ou as capturam de outros sites (os arquivos correspondentes às imagens apresentadas neste trabalho foram recolhidos desta maneira). A capacidade de copiar arquivos de máquinas remotas através da Internet é algo que ainda desperta perplexidade diante da rapidez do processo de transferência de informações.

O discurso desses dois tipos de atores é suportado por uma complexidade de combinações matemáticas incrustadas nos programas de computador, com códigos próprios que permitem, entre outras possibilidades, e de maneira cada vez mais facilitada, a apresentação de recursos de linguagem como imagens animadas e sons.

Toda essa racionalidade de base, relativa à execução dos algoritmos dos programas é que torna possível ao usuário enriquecer a decoração de sua casa (*home-page*). Uma demonstração pode ser observada na utilização das linguagens digitais como HTML, Hyper text markup language ou Linguagem de formatação de hipertexto, que apresenta uma espécie de roteiro de comandos e ações que permitem apresentar textos, efeitos de cor, movimento e som. Para facilitar o trabalho dos autores de páginas, muitos programas de edição para a WWW trabalham com o modo WYSIWYG (*What-you-see-is-what-you-get* - o que se vê é o que será obtido), possibilitando a criação de páginas (e também sua publicação na Internet) de maneira fácil e intuitiva, através de procedimentos e comandos muito próximos aos dos editores de texto, bem conhecidos dos usuários de computadores.

Mas é justamente esta programação de caráter exato que permite, muitas vezes, introduzir nos textos o lúdico, o onírico e o imaginário - elementos indicadores de uma retórica da vida social que demonstra-se pela sociabilidade. O produtor não institucional de textos (atores do segundo tipo) usa táticas e estratégias na elaboração e apresentação de seu discurso.

A palavra texto está aqui sendo utilizada em sentido amplo, ou seja, o texto oral (fala), texto escrito, gráficos, ideogramas, diagramas, mapas, esquemas, simulações, mensagens iconográficas ou filmicas etc., estão na mesma dimensão. Desta forma, os diversos textos dos produtores em geral, que reinventam e recriam novos códigos na WWW, não podem, na maioria das vezes, prescindir das imagens que, combinadas ou não com elementos sonoros, darão materialidade às informações. Aí, até mesmo os elementos gráficos da escrita alfabética são apreendidos como elementos visuais (a exemplo dos diversos tipos de letras que fazem parte do texto do produtor).

Os textos ocupam as telas ou ecoam nos alto-falantes dos sistemas multimídia dos computadores. São projetos em realização que apoiam-se numa sintaxe mutante e apresentam propostas semânticas. Desde a sua geração já compreendem o outro, previsto pela necessidade do ator/autor de compartilhar significações com um possível leitor. (BRETAS, MARQUES NETO, 1997).

Essas idéias dizem respeito a uma nova perspectiva de interatividade que possibilita o contato direto com o autor, com a transmissão imediata de mensagens, através de correio eletrônico, ou de algum *software* de comunicação síncrona. Esta interatividade, ao realizar-se (ao ser da ordem do acontecimento, ao passar do plano virtual para o atual) manifesta um desejo de diálogo. A linguagem icônica toma para si parte da tarefa de promover a comunicação.

Ícones transvestem-se, metamorfoseiam-se em links, a exemplo de uma série de figuras facilmente encontradas em páginas pessoais na web indicando conexão para correio eletrônico: são imagens de cartas que entram e saem de caixas de correio, sinais de arroba (@) que giram em torno de seu eixo, e muitas outras formas. Ao serem acionados, apresentam um formulário semi-preenchido, já direcionado ao endereço eletrônico daquele que se apresenta na *home-page*, bastando que a mensagem seja digitada. Depois é só acionar o comando para o envio de informações. Os ícones apelam para que sejam interpelados; apresentando movimento, atraem a atenção do leitor/navegador do *site* e o convidam a estabelecer contato. Tornam-se signos vivos, animados.

## A comunicação no próximo milênio

As propostas de Ítalo Calvino para a literatura no próximo milênio prestam-se à leitura de vários outros campos, como os do conhecimento científico e da arte de modo geral. Da mesma maneira, podem facilitar a compreensão dos vários textos que já se encontram no ciberespaço. Todas as propostas de Calvino para a literatura no próximo milênio - a leveza, a rapidez, a exatidão, a multiplicidade e a visibilidade - podem ser vistas como características do hipertexto.

Cada link pode ser considerado como um ponto de informação, um nó da imensa e múltipla rede, onde um leve toque no *mouse* conduz o caminho do leitor/ator. É este aspecto da leveza da informação, escrita em dígitos binários, que aparece na citação de CALVINO (1994, p.20):

*"A segunda revolução industrial, diferentemente da primeira, não oferece imagens esmagadoras como prensas de laminadores ou corridas de aço, mas se apresenta como bits de um fluxo de informação que corre pelos circuitos sob a forma de impulsos eletrônicos".*





que sugere um apelo tátil, uma chamada ao toque. Sob os efeitos de animação, tais objetos, que muitas vezes são metáforas da vida cotidiana, adquirem vida.



Este banner, situado no site do mecanismo de busca Yahoo, apresenta botões de comandos para serem acionados, comícones sugerindo relevo que indicam aquilo que o internauta irá encontrar. A tridimensionalidade dos botões constitui um apelo ao toque do mouse.

Para Calvino, as metáforas da literatura apresentam um conteúdo visual. É, justamente, aquilo que provoca uma evocação visiva, que constitui-se parte da imaginação, juntamente com uma parte verbal. Partindo disso, distingue dois modos de processos imaginativos, da palavra à imagem visiva e desta para a palavra:

*“O primeiro processo é o que ocorre normalmente na leitura: lemos por exemplo uma cena de romance ou a reportagem de um acontecimento no jornal, e conforme a maior ou menor eficácia do texto somos levados a ver a cena como se esta se desenrolasse diante de nossos olhos, se não toda a cena, pelo menos fragmentos e detalhes que emergem do indistinto”.* (CALVINO, 1990 p. 90)

O outro processo pode ser pensado através da experiência literária do próprio Calvino que partia sempre de figurações, imagens que já traziam potencialmente dentro de si as histórias para escrever seus contos:

*“A primeira coisa que me vem à mente... é, pois, uma imagem que por uma razão qualquer apresenta-se a mim carregada de significado, mesmo que eu não o saiba formular em termos discursivos ou conceituais”.* (CALVINO, 1990, p.104)

Esses argumentos podem auxiliar na descrição dos territórios da Internet, já que demonstram a capacidade de síntese das imagens. Acrescidas de movimento, em segundos podem contar muitas histórias, que, se verbalizadas, poderiam ocupar muitas páginas com caracteres alfabéticos, ensejando uma disposição para a síntese .

Dispostas através desses e de outros inúmeros recursos retóricos, as mensagens veiculadas no modo gráfico da Internet fazem estripulias para alcançar o outro. Abre-se aí um infinito manancial que se oferece à decifração e à leitura. Mas vale aqui registrar uma preocupação de Calvino diante dos perigos da inflação de palavras e imagens que, despidas de significado, nos bombardeiam incessantemente através dos meios de comunicação, servindo para problematizar a produção dos hipertextos eletrônicos. Refere-se à perda da faculdade de imaginação, saturada pelo excesso de informações, que acabam por banalizá-las, esvaziando-lhes o sentido:

*“...estamos correndo o risco perder uma faculdade humana fundamental: a capacidade de por em foco visões de olhos fechados, de fazer brotar cores e formas de um alinhamento de caracteres alfabéticos negros sobre uma página branca, de pensar por imagens”.* (CALVINO, 1990, p. 107)



## Em síntese...

A escritura cibernética, produzida por atores institucionais e individuais, encontra nas linguagens da multimídia os significantes para a apresentação das mais variadas mensagens. Entretanto, a enorme quantidade de informações metralhadas hipertextualmente nas telas dos aparatos informáticos pode levar à ausência do sentido. Uma situação desta natureza conduz os leitores à banalização do texto e ao entorpecimento da capacidade de leitura.

Escapar desse tiroteio, desvendando estratégias e táticas inerentes aos discursos do ciberespaço, pode ser uma forma de recusa à imposição midiática deste fim de século.

### ***Cyberspace conversation: rethorical elements in Web discourses***

*This essay attempts to identify rethorical elements in Web discourses. It discerns between institutional and individual authors of electronic texts. The article establishes connections between hypertext features and Calvino's proposals for the literature in next millennium.*

168

## Referências Bibliográficas

- BARTHES, Roland. *O prazer do texto*. São Paulo: Perspectiva, 1987. p. 82.
- BRETAS, Maria Beatriz Almeida Sahlter, MARQUES NETO, Humberto Torres. Produção cooperativa de textos: possibilidades de interação via Internet. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ANÁLISE DO DISCURSO. Belo Horizonte: FALE:UFMG, 1997. Disponível online em <http://www.fae.ufmg.br/catedra/Artig3.htm>
- CALVINO, Ítalo. *Seis propostas para o próximo milênio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- LEVY, Pierre. A reencarnação do saber. *Folha de São Paulo*, 22 fev. 1998 Mais! 5, p.3.
- LEVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Ed. 34, 1993.p.24.