

## Internet e proximidade: para uma análise de e-mails alemães e portugueses

MARIO FRANCO\*

### I. Os 'Novos Media' na imprensa madeirense

Desde a sua explosão nos finais dos anos 90 do século passado, a internet<sup>1</sup> é louvada mundialmente por ter trazido consigo práticas comunicativas<sup>2</sup> inovadoras que revolucionaram a nossa forma de vida, como já acontecera antes com o telefone, a carta ou a tecnologia da impressão e a tipografia de Johannes Gutenberg. Contudo, é, de igual modo, criticada, entre outros aspectos, por comportar perigos como o do anonimato nas comunicações, pois, desconhecemos com quem realmente estamos a contactar.

Como não podia ser de outra forma, também a realidade madeirense acompanha estes louvores e críticas à internet no âmbito das suas práticas comunicativas. Com efeito, "Crianças e a Internet"<sup>3</sup> tirada do semanário madeirense *Tribuna da Madeira* é uma imagem que representa todos os temores face à internet, sobretudo quando o utilizador é uma criança.

---

\* Universidade da Madeira / CECC - Universidade Católica Portuguesa

<sup>1</sup> Neste texto utilizaremos indistintamente o termo 'internet' ou a sua abreviatura 'net'.

<sup>2</sup> O termo 'prática comunicativa' do linguista alemão Reinhard Fiehler (2000) abrange, quer tipos de textos escritos, quer tipos de textos falados.

<sup>3</sup> A imagem complementava a notícia *Região: criminalidade sexual associada à Internet tem vindo a subir* escrita por Sara Silvino.



*Tribuna da Madeira*, Ano 10, n.º 491, 14 de Março de 2009, 32.

Depois de fazer uma pesquisa na hemeroteca *online* no site do *Diário de Notícias da Madeira*<sup>4</sup>, introduzindo palavras chave como *internet*, *net*, *intemetete*, *e-mail* ou *blog*<sup>5</sup>, foi possível verificar que aproximadamente oito de cada dez notícias encontradas nos últimos cinco anos destacam aspectos “negativos” da rede electrónica. Efectivamente, temos notícias que fazem referência ao perigo de se expor na internet:

Expor a vida na Internet é uma manobra arriscada. A net tornou a fama acessível a qualquer um, mas a ânsia de ser conhecido tem riscos e pode trazer dissabores a quem se expõe demais.

(Caires, *Diário de Notícias*, 27.04.2009)

As redes sociais como *Facebook*, *Hi 5* ou *My Space* são novas práticas comunicativas onde os usuários, entre eles também menores, expõem a sua vida anexando fotos, fornecendo informação de âmbito privado como morada,

<sup>4</sup> [www.dnoticias.pt](http://www.dnoticias.pt).

<sup>5</sup> Os termos ‘blog’, ‘blogue’ ou ‘weblog’ têm o mesmo significado: “um sítio web pessoal autogerido composto por entradas individuais que mantêm uma direcção permanente, assim como a sua data e hora de publicação, e ordena-se mediante cronologia inversa (as histórias mais recentes aparecem na parte superior do *site*)”. (M.F., traduzido do espanhol, Orihuela (2006, 30)).

escola, gostos, hobbies ... aos seus “amigos *on-line*”, pessoas que em muitos casos não conhecem, ou das quais as vezes só conhecem o *nick* ou o *site*. Ingenuamente, alguns menores começam a trocar imagens com algum “amigo *on-line*” ou ligam a *webcam* e, através de programas de troca de mensagens instantâneas tipo *Messenger*, expõem a sua intimidade. No ano 2008, em Portugal, em cerca de duas dezenas de casos estudados, verificou-se que os “amigos *on-line*” na realidade não são tão jovens como o fizeram passar no mundo virtual. Com efeito, toda a informação que tinham dado ao menor era falsa, acabando a amizade virtual quer em chantagem, como por exemplo “Se não vens ter comigo, ponho as tuas fotos nua na Internet!”, quer em agressões sexuais (Nery 2009). A exposição e o anonimato são, pois, dois fenómenos que na internet andam de mãos dadas enveredando, inúmeras vezes, por caminhos sinuosos.

É de realçar que também encontramos opiniões que criticam o anonimato de alguns bloguistas<sup>6</sup>:

Opinião. Cobardolas ... *flops* ... e outras coisas mais. Pena é que haja uns “cobardolas” que, servindo-se dos Blogs, se ocultam no anonimato. (Silva, *Diário de Notícias*, 11.11.2007)

A maioria dos bloguistas (58%) identifica-se no seu blogue com a verdadeira identidade (*vide* Silva (2009, 94)). Neste sentido, José Luis Orihuela (2006)<sup>7</sup> acredita que, além da publicação de conteúdos de qualidade, a credibilidade e o prestígio dum blogue depende da divulgação do nome real do autor. O anonimato e a ocultação da identidade real deixa na net uma maior margem para a manipulação ou para a desqualificação. Contudo, Orihuela lembra também que os meios de comunicação tradicionais não estão à margem destas práticas.

<sup>6</sup> Os termos ‘Bloguista’, ‘Blogueiro’ ou ‘Blogador’ são aportuguesamentos de ‘blogger’ ou ‘weblogger’ e referem-se ao autor dum blogue.

<sup>7</sup> Orihuela é escritor e professor universitário na *Facultad de Comunicación* da Universidade de Navarra e é autor do blog [www.ecuaderno.com](http://www.ecuaderno.com).

No que diz respeito à prática comunicativa que aqui vamos analisar, o *e-mail*, é de referir que ele também não foge à crítica do anonimato. É muito fácil e rápido criar um endereço de *e-mail* num servidor gratuito. Sem a obrigação de revelar a nossa identidade verdadeira, é uma tarefa que pode ser executada em poucos minutos. A partir dum endereço de *e-mail*, onde não é obrigatório constar o nome do utilizador, podem ser enviadas mensagens desagradáveis, obscenas ou de mau gosto. É de salientar que há fenómenos criminosos como é o caso do *phishing* onde, a partir da usurpação da identidade dum banco, os delinquentes têm acesso ao dinheiro alheio. Com efeito, solicitando através de *e-mail* informação confidencial, *passwords* de cartões de créditos ou de contas bancárias *online*, os usurpadores enganam clientes inocentes.

Além do anonimato, a possibilidade que oferece o *e-mail* de uma comunicação de “uma para n” pessoas a um custo muito baixo, faz que seja usado como meio publicitário. O envio de publicidade e de informações inúteis inunda as caixas de correio dos usuários com correio-lixo, chamado no meio informático como *junk mail* ou *SPAM*<sup>8</sup>. Este fenómeno e a própria debilidade do protocolo SMTP em que se baseia a comunicação por *e-mail* faz que alguns estudiosos dos novos meios de comunicação vejam a necessidade de uma substituição total na estrutura do *e-mail* (*vide* Siegert (2008, 302-323)).

Tendo em conta estas desvantagens ou perigos que há na comunicação via *e-mail*, podemos perguntar-nos se vale a pena a sua utilização. A nossa resposta é afirmativa. Lamentavelmente, no dia-a-dia na nossa vida real confrontamo-nos com perigos. Com efeito, ao caminhar, crianças ou adultos, a certas horas do dia por determinadas zonas duma cidade, estarão a correr um risco igual ou certamente maior do que aqueles que existem na informação e nas pessoas que encontram na internet.

---

<sup>8</sup> A palavra *Spam* provém dum *sketch* do grupo cómico Monty Python's Flying Circus do ano 1970. No *sketch*, um cliente quer encomendar um prato sem SPAM (um prato de carne da empresa Hormel Foods). No entanto, a empregada do balcão reage lendo uma e outra vez os pratos com SPAM. No local, um grupo de vikings canta em voz alta “Spam, spam, spam, spam, spam, spam, spam, spam, lovely spam! Wonderful spam!” impedindo assim qualquer tipo de conversação coerente.

Partilho, pois, da opinião de Teresa Almeida d'Eça quando defende no seu livro *O Email na Sala de Aula* que não lhe parece que “os pontos fracos do *e-mail* sejam suficientemente fortes ou sequer em quantidade assinalável para dissuadir seja quem for de deixar de o experimentar ou usar” (2002, 30). É uma ferramenta comunicativa prática e extremamente fácil de usar. Facilita em muito a comunicação pessoal, profissional ou social entre pessoas no seu dia-a-dia. Isto não impede que, como usuários, devamos exigir, aos fornecedores de sistemas informáticos e de serviços de correio de *e-mail*, uma maior segurança e, como já indicamos antes, uma modernização ou substituição do protocolo actual.

## 2. A língua dos ‘Novos Media’ na imprensa madeirense

Tal como acontece com jornais ou revistas de Portugal continental ou de outros países<sup>9</sup>, existe na imprensa madeirense uma certa desconfiança e crítica face a fenómenos linguísticos que aparecem na escrita dos jovens usuários da net.

O artigo intitulado *Internet influencia escrita dos alunos do Diário Cida-de* (Ano 2, n.º 335, 7 de Outubro de 2008, 4-5) salienta o fenómeno das abreviaturas que são usadas na comunicação pela net e pelo telemóvel. Exemplos como Xocolate (em vez de *Chocolate*) ou KIDA (em vez de *Querida*) são recolhidos e ordenados numa tabela pela autora do artigo, Sandra da Silva Gonçalves, e formam o argumento principal para afirmar que estamos diante duma nova forma de linguagem ou dum ‘código’ da internet ou também chamado ‘internetês’. Interessante é a reflexão de João Sousa, Vice-Coordenador do Sindicato dos Professores da Madeira (SPM), no artigo no qual sugere que não se surpreenderia se, na próxima década, as abreviações fossem permitidas cá. Contudo, actualmente, não acredita que “o internetês consiga se impor de tal forma que mereça ser aceite nos exames nacionais”, como acontece na Nova Zelândia (*ibid.*, 5).

---

<sup>9</sup> Vide p. ex.: Schreiber (2006).

Entre linguistas existe, de igual modo, a discussão em torno dessas novas práticas comunicativas da internet. Interrogam-se, de facto, para saber se no *e-mail*, *chat* ou *blogue* se usa uma nova linguagem. Além das abreviaturas e acrónimos existem outros fenómenos linguísticos que aparecem frequentemente em textos dos ‘novos *media*’ e que alimentam esta hipótese: *smileys*, abreviaturas, anacronismos, interjeições, parênteses, estruturas elípticas, estruturas agregativas, palavras fónicas... Além do mais, no caso dos *e-mails* também se fala duma nova forma de diálogo por causa da possibilidade de se anexar o anterior *e-mail* bem abaixo do novo texto, tirando partes dele<sup>10</sup> ou respondendo directamente abaixo dele, criando assim sequências semelhantes a um diálogo. Aliás, esta forma de citar *online* é conhecida com o termo inglês ‘Quoting’.

Numa observação detalhada dos fenómenos linguísticos anteriormente citados, podemos comprovar que muitos deles são fenómenos muito comuns da linguagem falada. Por outro lado, no caso das abreviaturas e dos acrónimos, características da escrita, a novidade é a criação de exemplos como *lol* (*laughing out loud*) ou *xoxo* (beijos e abraços) na comunicação através dos ‘novos *media*’. A partir destes dados, podemos deduzir que esta hipotética nova linguagem é caracterizada principalmente pela sua oralidade e/ou por elementos da escrita que tentam “compensar” a falta de oralidade.

Mas para corroborar a hipótese aqui levantada, saber se a linguagem da internet é uma nova linguagem, temos de ter uma “ferramenta de trabalho”, um modelo linguístico para a análise de textos. Não é suficiente examinar a quantidade (ou inexistência) de exemplos de alguns fenómenos da linguagem falada (p. e. interjeições, expressões hiperbólicas ou palavras fónicas) ou da linguagem escrita (p. e. abreviaturas ou anacronismos) existentes no texto. Os resultados aos quais chegaríamos seriam muito pouco concludentes.

Para comprovar duma forma empírica se é certa (ou não) essa hipótese poder-se-ia utilizar o ‘modelo da fala de proximidade e de distância’, elaborado pelos linguistas Vilmos Ágel e Mathilde Hennig (2006).

<sup>10</sup> Estas referências textuais são precedidas pelos signos >>.

### 3. 'Fala de Proximidade' e 'Fala de Distância'

Por motivos óbvios de espaço, os aspectos teóricos e práticos mais relevantes do modelo da fala de proximidade e distância serão aqui apresentados de forma concisa.

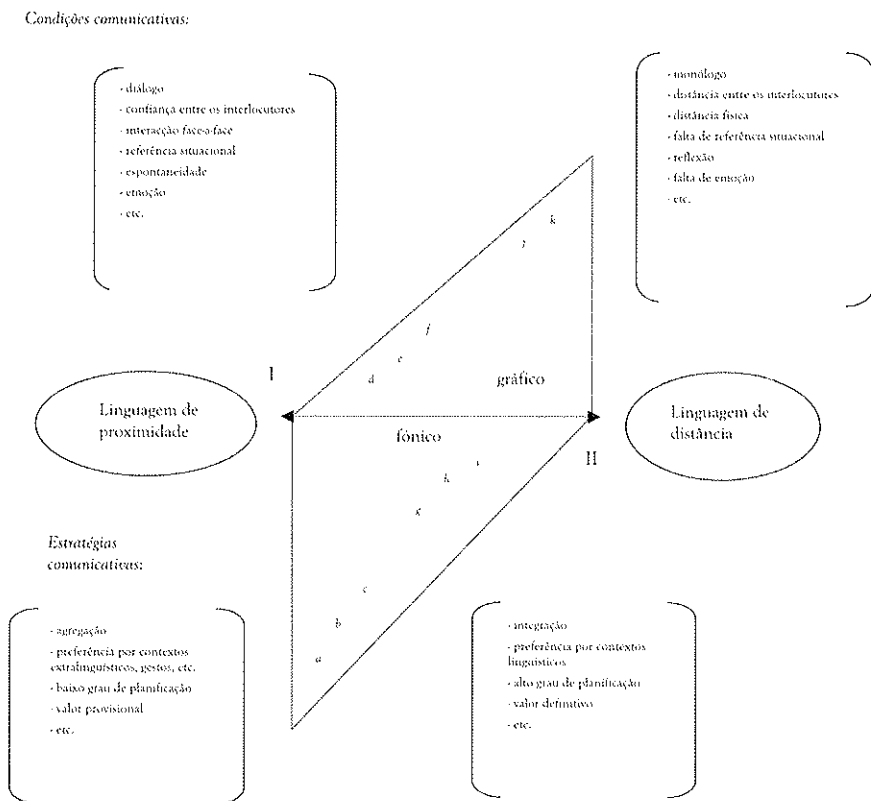
Ágel/Hennig baseiam o seu modelo principalmente no modelo de 'Linguagem de Proximidade' ('Nähesprache') e 'Linguagem de Distância' ('Distanzsprache') de Koch/Oesterreicher (1985). Este modelo tem como principais pilares teóricos, por um lado o aspecto universal da fala na *Teoria do Falar* de Eugenio Coseriu (1988). Segundo Coseriu a "fala é uma actividade universal, realizada em determinadas situações de forma individual por falantes individuais em quanto membros de comunidades linguísticas com tradições comuns na capacidade de falar" (M.F., traduzido do alemão, Coseriu (1988, 70)). Coseriu diferencia na fala três níveis: a) (nível universal) A fala mostra aspectos humanos gerais e universais. Todos os humanos adultos e normais falam. b) (nível histórico) Qualquer fala é falar uma língua particular. Fala-se sempre numa tradição histórica determinada. c) (nível individual) A fala é sempre individual. Individual em dois sentidos, por um lado a fala é sempre realizada por um indivíduo e não de forma coral e, por outro, porque tem lugar numa situação determinada e única.

Koch/Oesterreicher partem no seu modelo da distinção entre 'Konzeption' ('concepção') e 'Medium' ('médio') que o linguista romanista Ludwig Söll faz no seu estudo *Gesprochenes und geschriebenes Französisch* (1985) (M.F., *Francês falado e escrito*). Um texto pode ser concebido de forma oral ('oralidade concepcional'), mas é reproduzido de forma escrita ('escrita mediática'), à semelhança do que acontece num *chat*. Contudo, um texto também pode ser concebido de forma escrita ('escrita concepcional') e reproduzido de forma oral ('oralidade mediática'), pensemos, nesse caso, no sermão pronunciado por um padre.

A partir de 'condições comunicativas' ('Kommunikationsbedingungen') como p. ex. diálogo/monólogo, confiança/distância entre os interlocutores, privado/público... e a partir de 'estratégias comunicativas' ('Versprachlichungsstrategien') como p. ex. agregação/integração, preferência por contextos extralinguísticos, gestos, etc./preferência por contextos linguísticos, baixo grau de planificação/alto grau de planificação... os autores propõem

um contínuo de graus cujos pólos prototípicos são a 'linguagem de proximidade' ('Nähesprache') e a 'linguagem de distância' ('Distanzsprache')<sup>11</sup>.

O seguinte gráfico mostra o modelo de Koch/Oesterreicher<sup>12</sup>:



<sup>11</sup> Existe uma afinidade entre o pólo de 'linguagem de proximidade' e a 'oralidade mediática' e entre o pólo de 'linguagem de distância' e a 'escrita mediática'. Portanto, a 'escrita mediática' e um 100% de 'linguagem de proximidade' excluem-se da mesma forma que a 'oralidade mediática' e um 100% de 'linguagem de distância'.

<sup>12</sup> a: 'conversa privada', b: 'telefonema com um amigo', c: 'entrevista', d: 'entrevista impressa', e: 'anotação num diário', f: 'carta privada', g: 'conversa de apresentação', h: 'sermão', i: 'palestra', j: 'artigo num jornal' e k: 'ordem administrativa' (M.F., traduzido do alemão, Koch/Oesterreicher (1985,18))

Ágel/Hennig indicam a existência de problemas teóricos no modelo de Koch/Oesterreicher. Vamos destacar os seguintes:

A diferença entre ‘condições’ e ‘estratégias linguísticas’ não é clara. O ‘valor provisional ou definitivo’ poderia ser também uma ‘condição comunicativa’. O que realmente são ‘estratégias comunicativas’ não fica claro no modelo. Mais do que estratégias parecem representar características ou disposições da linguagem.

Tanto nas ‘condições’ como nas ‘estratégias comunicativas’, não se diferencia entre características universais e textuais. Além disso, parece que todas as características têm o mesmo valor. Desconhecemos também quais são os critérios para a classificação das diferentes práticas comunicativas orais e escritas.

Estes problemas são para Ágel/Hennig o ponto de partida para a elaboração dum novo modelo. Como em qualquer correcção ou ampliação dum modelo anterior, também há naturalmente princípios comuns. Da mesma forma que Koch/Oesterreicher baseiam o seu modelo na *Teoria do Falar* de Coseriu (1988). A característica principal do modelo de Ágel/Hennig reside no seu aspecto universal. Este materializa-se tanto no nível histórico como também no nível individual. Também adoptam dos seus antecessores a perspectiva prototípica para a classificação das práticas comunicativas no contínuo entre os pólos ‘fala da proximidade’ e ‘fala da distância’. Os termos ‘proximidade’ e ‘distância’ são características expressivas e acertadas para uma compreensão prototípica da comunicação de proximidade, não da linguagem falada.

Os objectivos principais do modelo são:

a) de um ponto de vista teórico:

- uma descrição precisa das complexas relações entre os diferentes tipos de discurso<sup>13</sup> orais ou escritos e das suas respectivas características linguísticas preferidas.
- uma ilustração clara das relações e hierarquias originadas.

b) de um ponto de vista prático:

- a criação de uma base para a descrição de indicadores linguísticos de linguagem prototípica falada e escrita.

<sup>13</sup> Ágel/Hennig utilizam o termo ‘discurso’ em consonância com Coseriu e referem-se à actividade individual do falar. O ‘texto’ seria o produto dessa actividade individual.

- a criação duma base para a classificação teórica-comunicativa de diferentes tipos de discurso.
- a possibilidade de comparar línguas particulares, tipos de textos ou épocas históricas duma língua.

O modelo de Ágel/Hennig evita as ambiguidades de critérios que apresentava o modelo de Koch/Oesterreicher ao analisar unicamente características prototípicas do falar de proximidade, as quais derivam do axioma universal 'relação aberta entre produtor e destinatário'. O produtor e o recipiente podem trocar o seu papel em qualquer momento, ou seja, o local e tempo da produção é o mesmo que o local e tempo da recepção.

De forma jerárquica há mais quatro graus de abstracção universais que estão subordinados ao 'axioma universal' ('Universales Axiom') que representa o nível I. Nível II: 'parâmetros universais da comunicação' ('Universale Parameter der Kommunikation'), nível III: 'parâmetros universais da formação discursiva' ('Universale Parameter der Diskursgestaltung'), nível IV: 'estratégias discursivas universais' ('Universale Diskursverfahren'), nível V: 'indicadores discursivos universais' ('Universale Diskursmerkmale').

Os 'indicadores discursivos' ('Diskursmerkmale') da linguagem de proximidade são também denominados 'indicadores de fala de proximidade' ('Nähemerkmale').

Tanto os factores comunicativos e extralinguísticos dos planos II e III como as estratégias e os indicadores do discurso dos níveis IV e V não são uma colecção desordenada, antes pelo contrário, estão divididas nos seguintes cinco parâmetros comunicativos: 'interacção directa dos interactantes', 'tempo', 'situação', 'código' e 'meio'.

Um esquema do modelo resumido aos dois últimos níveis é oferecido, neste livro, em língua portuguesa por Bernd Sieberg no seu artigo.

#### 4. *Corpus* e análise empírica

Para confirmar se a hipótese de estarmos perante uma nova linguagem ou perante uma nova forma de diálogo nas práticas comunicativas da internet é certa ou não, vamos analisar, com base no modelo de Ágel/Hennig, um *corpus* de *e-mails* alemães e portugueses.

Na adjudicação de pontos dos indicadores de fala de proximidade, em vez do método quantitativo do modelo, vamos seguir a variante qualitativa que eu propus na minha tese de doutoramento (*vide* Franco Barros (2008, 75-87)).

Para cada indicador de fala de proximidade, o leitor vai encontrar um ou mais exemplos tirado(s) da análise do nosso *corpus*, para assim ter uma melhor visualização e compreensão do modelo.

#### 4.1 *Corpus*

Por um lado, foram analisados 46 *e-mails* privados alemães com um total de 4107 palavras, dos quais 33 foram escritos por mulheres e 13 por homens. Os *e-mails* fazem parte do *corpus* que analisei na minha tese de doutoramento, onde comparei *e-mails* e cartas privadas alemãs. Os autores, na sua maioria estudantes universitários ou licenciados, são originários da Renânia do Norte-Vestfália (16), da Baixa Saxónia (15), do Sarre (6) na Alemanha e de Salzburgo (9) na Áustria.

Por outro lado, foram analisados 52 *e-mails* portugueses (madeirenses) com um total de 4084 palavras, dos quais 33 foram escritos por mulheres e 19 por homens. Os autores são na sua maioria estudantes universitários ou licenciados madeirenses.

É de salientar que em média os *e-mails* alemães são mais longos do que os *e-mails* portugueses. Assim, dos *e-mails* alemães do *corpus* da minha tese de doutoramento, tive de escolher aqueles que apresentavam uma extensão máxima de até aproximadamente 200 palavras, à semelhança dos *e-mails* portugueses.

#### 4.2 *Análise empírica*

##### 1. Parâmetro da interacção directa dos intervenientes ('Rollenparameter'):

parâmetros de descrição	Papel = Interação directa dos actantes
estratégias discursivas universais	a) b) instrução do ouvinte na sua percepção e descodificação da mensagem por meio de estruturas agregativas (=aggregative Rezeptionssteuerung); c) estabelecer e manter contacto directo entre os interlocutores d) ênfase do discurso na presença física e psíquica dos intervenientes da comunicação

terminologia para a denominação dos indicadores da 'fala de proximidade'	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) operadores em estruturas 'operador' + 'escopo'</li> <li>b) marcador conversacional inicial</li> <li>c) interjeições, expressões enfáticas</li> </ul>
exemplos concretos de indicadores da 'fala de proximidade'	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Em conclusão, eram 18h quando finalmente já fomos apresentar ...</li> <li>b) Olha, verifiquei em vários regulamentos e o que acontece ...</li> <li>c) Ahhhh eu stressss, vai 1 mergulhito!</li> </ul>

## 2. Parâmetro do tempo:

parâmetros de descrição	Tempo
estratégias discursivas universais	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) formação simplificada das unidades da fala</li> <li>b) c) favorecimento de estruturas agregativas e não integrativas para organizar o fluxo de informações nas enunciações</li> <li>d) uso de 'expressões estratégicas' para ganhar tempo ou ultrapassar pausas</li> </ul>
terminologia para a denominação dos indicadores da 'fala de proximidade'	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) falta de coesão sintáctica entre as orações</li> <li>b) deslocação de elementos para o lado direito ou esquerdo do enunciado</li> <li>c) parêntese</li> <li>d) hesitação (reticências), 'hedge word'</li> </ul>
exemplos concretos de indicadores da 'fala de proximidade'	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nunca mais falamos. Tenho saudades. Vamos marcar um encontro [...]</li> <li>b) Não há melhor música que esta, definitivamente.</li> <li>c) Bons dias! (pa quem já almoçou boas tardes)</li> <li>d) [...] no sentido do infantilismo ser mais 'carinhosa' e mais 'louco' mas pronto.</li> </ul>

## 3. Parâmetro da situação

parâmetros de descrição	Situação
estratégias discursivas universais	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) formas directas na reprodução das palavras de terceiros</li> <li>b) estratégias gramaticais directas</li> </ul>
terminologia para a denominação dos indicadores da 'fala de proximidade'	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) oração principal dependente</li> <li>b) expressão deictica</li> </ul>
exemplos concretos de indicadores da 'fala de proximidade'	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Fantástico! Mesmo a calhar nas vésperas do exame!</i> (Começo dum EMail)</li> <li>b) <i>Eu gostaria de ficar com a recordação de ontem [...]</i></li> </ul>

#### 4. Parâmetro do código

parâmetros de descrição	Código
estratégias discursivas universais	a) b) formas holísticas para passar a mensagem c) uso de 'expressões à margem do código verbal' para exprimir sentimentos.
terminologia para a denominação dos indicadores da 'fala de proximidade'	a) 'acrónimo' para representar um sorriso b) 'Smiley' para compensar uma expressão mímica c) interjeição; expressão à margem do código verbal
exemplos concretos de indicadores da 'fala de proximidade'	a) <i>Então fico conformada com a máquina de corvo em casa lol.</i> b) <i>Nós aqui vamos seguindo a direcção do vento :-)</i> c) <i>Tem que ser, paaaaaa! / ups... esqueço.m sp de utilizar [...]</i>

#### 5. Parâmetro do Meio

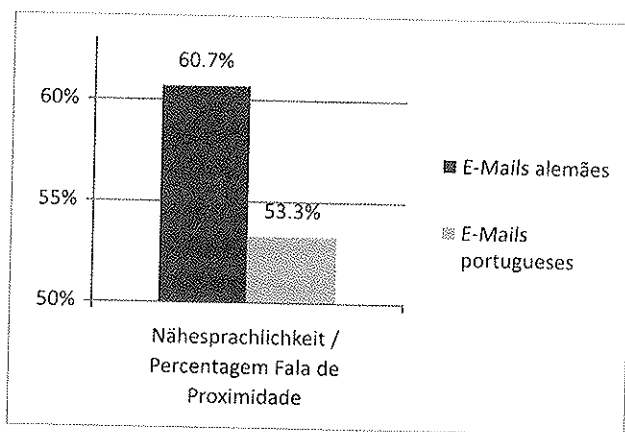
parâmetros de descrição	Meio
estratégias discursivas universais	a) aproveitamento de meios prosódicos b) criação de unidades de fala
terminologia para a denominação dos indicadores da 'fala de proximidade'	a) Aumento do volume da voz (falar mais alto) b) palavras fónicas
exemplos concretos de indicadores da 'fala de proximidade'	a) <i>[...] mas AINDA NÃO ME ESQUECI da pergunta que te fiz!</i> b) <i>Mas manda pics pra eu ver.</i> b) <i>Keru aprender uma língua nova.</i> b) <i>Enxi minha prateleira com mais 10 livros de borla!</i>

## 5. Resultados e conclusões

### 5.1 Resultados

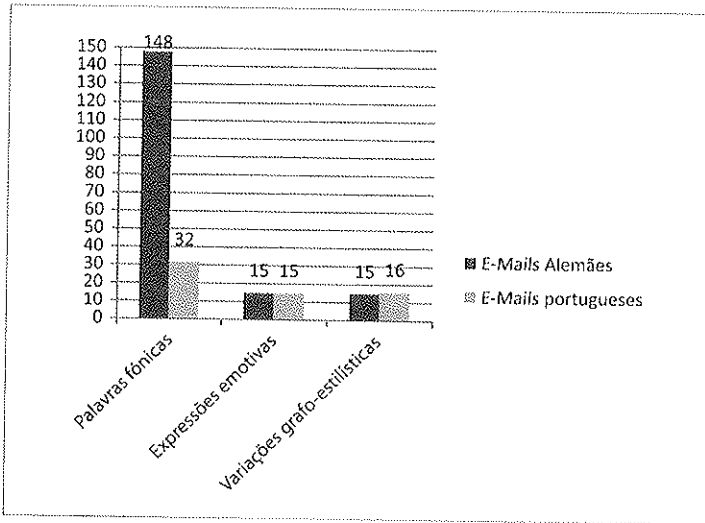
Podemos constatar que os *e-mails* alemães apresentam 7% mais de fala de proximidade do que os *e-mails* portugueses. Este factor deve-se, entre outras razões, à presença de mais exemplos de indicadores de fala de proximidade da categoria “palavras fónicas” nos *e-mails* alemães. A título indicativo, em alemão, referimos: *hab* em vez de *habe*, *nen* em vez de *cinen* (Tilgung – supressão), *sinds* em vez de *sind* es (Assimilation – assimilação), *haste* em vez de *hast*

du (Kontamination – contaminação), *nix* em vez de *nichts* (Anpassung an das Gesprochene – adaptação à fala), *mach et, äuge* (Dialekt – dialecto) ou *uiuiui* ou *hihihi* (Lautwort – onomatopeia/interjeição imitativa). No caso português, destacamos os seguintes exemplos: *tá* em vez de *está*, *pa* ou *pra* em vez de *para*, *pá* em vez de *rapaz*, *tado* em vez de *estado* (Tilgung – supressão), *epá* em vez de *eh pá*, *nele* em vez de *em ele* (Kontamination – contaminação), *enxi* em vez de *enchi*, *queru* em vez de *quero* (Anpassung an das Gesprochene – adaptação à fala), *hummm hummm* (Lautwort – onomatopeia/interjeição imitativa).

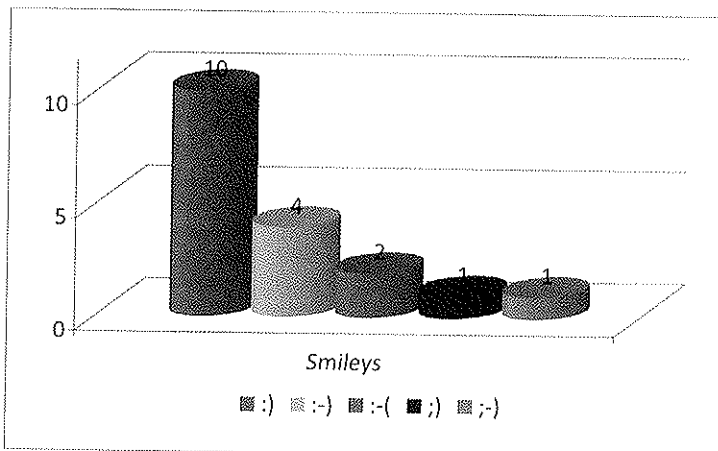


Sublinha-se, ainda, que nos *e-mails* das duas línguas aparecem em número similar exemplos de expressões emotivas e de variações grafo-estilísticas para uma 'emulação prosódica'<sup>14</sup>. A título de exemplo, eis algumas expressões emotivas em alemão: *ich gehe völlig die Decke hoch*, *cool*, *toitoitoi*, *Kopf hoch!* ou *Ach Mensch!*. Para o português, temos os seguintes exemplos: *fogo!*, *fds caralho!*, *Epá*. As iterações como *juchuuuuu*, *uiuiui*, *sooo* em alemão são recorrentes. Em português, as iterações mais frequentes são: *páaaaaa!*, *lindooooo*, *ahhhhhh*. Encontramos com letras maiúsculas *FAST*, *LEBTE* em alemão e *FORÇA*, *FANTÁSTICO*, *tou a BRINCAR* em português. Em ambos os casos são meios grafo-estilísticos para compensar a falta de prosódia, mímica e/ou gesticulação.

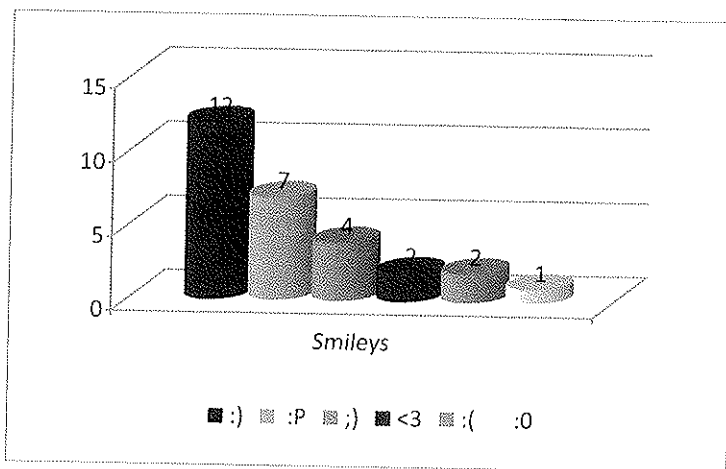
<sup>14</sup> Termo introduzido por Haase *et al.* (1997, 68).



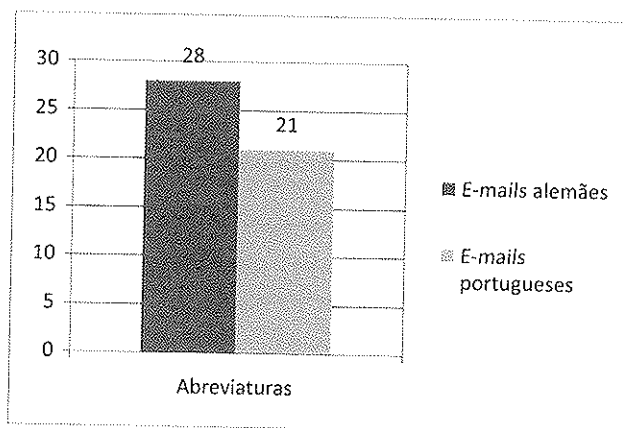
Com a chegada dos *Novos Media*, os famosos *smileys* são outro meio grafo-estilístico usado pelos autores de *e-mails* alemães e portugueses. São seqüências de caracteres tipográficos que expressam o estado emotivo de quem escreve tais como :-)) ou :( . Em relação aos 18 exemplos de *smileys* nos *e-mails* alemães, os *e-mails* portugueses com 28 exemplos, mostram um uso mais significativo do *smiley*. Assim, se confrontarmos estes número com o número total de palavras nos dois *corpus* de *e-mails*, podemos concluir que a presença de *smileys* não é tão frequente como crêem os defensores dessa nova linguagem.



Smileys em *e-mails* portugueses:



Em relação às abreviaturas, os números totais de exemplos em cada *corpus* são os seguintes:



A abreviatura mais repetida em *e-mails* portugueses é *lol* (10 exemplos), ou seja “laughing out loud” (rir em voz alta / rindo alto). Nos *e-mails* alemães destacamos abreviaturas típicas da internet ou dos sms como por exemplo *imho* “in my humble opinion” (na minha humilde opinião) ou *hdal* “habe dich auch lieb” (eu também gosto de ti / eu também te quero).

Os resultados obtidos sublinham que estamos longe duma linguagem nova caracterizada por abreviaturas típicas da comunicação na internet ou em telemóveis. De igual modo, os autores de *e-mails* apenas recorrem à nova forma de diálogo, o *Quoting*, aqui já comentado, que só aparece num único *e-mail* alemão.

## 5.2 Conclusões

Depois das análises dos *corpora* chegamos às seguintes conclusões:

- Os *e-mails* das duas línguas aqui analisados não podem ser considerados exemplos claros da 'Fala de Proximidade', embora apresentem características da linguagem falada.
- A linguagem usada nos *e-mails* aqui analisados não é um 'código' novo, ao contrário do que defendem certos críticos.
- A comparação dos *e-mails* nas duas línguas permite a seguinte interpretação: os *e-mails* em alemão são mais próximos da linguagem falada.
- Se essa diferença entre os *e-mails* alemães e portugueses pode ser vista também como uma diferença entre um uso da linguagem mais criativo e inovador e um outro uso mais convencional e conservador, estamos porventura perante uma situação que permite ver a Alemanha sob uma luz mais "simpática" do que de costume.

## Referências bibliográficas

- Ágel, Vilmos e Mathilde Hennig, eds. 2006. *Grammatik aus Nähe und Distanz*. Tübingen: Niemeyer.
- Almeida d'Eça, Teresa. 2002. *O Email na Sala de Aula*. Porto: Porto Editora.
- Barbosa, Elisabete e António Granado. 2004. *Weblogs, Diário de Bordo*. Porto: Porto Editora.
- Coseriu, Eugenio. 1988. *Sprachkompetenz, Grundzüge der Theorie des Sprechens*. Tübingen: Francke Verlag.
- Fiehler, Reinhard. 2000. *Gesprochene Sprache - gibt's die? Jahrbuch der ungarischen Germanistik 2000: 93-104*.
- Franco Barros, Mario. 2008. *Neue Medien und Text: Privatbrief und private EMail im Vergleich*. Ph.D.diss., Funchal: Universidade da Madeira.
- Gonçalves, Sandra da Silva. 2008. *Internet influencia escrita dos alunos. Diário da Cidade. 7 de Outubro*.
- Haase, Martin, Michael Huber, Alexander Krumeich e Georg Rehm. 1997. *Internetkommunikation und Sprachwandel*. In: *Sprachwandel durch Computer*. Editado por Rüdiger Weingarten. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Koch, Peter e Wulf Oesterreicher. 1985. *Sprache der Nähe - Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. Romanistisches Jahrbuch 36: 15-43*.

- Nery, Isabel. 2009. Pedófilos on-line. *Visão*, n.º 831, 5 a 11 de Fevereiro, 78-84.
- Orihuela, José Luis. 2006. *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Schreiber, Matthias. 2006. Deutsch for Sale. *Der Spiegel*, 40/2006, 182-198.
- Sieberg, Bernd. 2010. O modelo da 'fala de proximidade e distância' e a sua aplicação na língua portuguesa. In: *Proximidade e Distância na Língua Cultura*. Editado por Mario Franco e Bernd Sieberg. CECC, Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.
- Siegert, Paul Ferdinand. 2008. *Die Geschichte der E-Mail. Erfolg und Krise eines Massenmediums*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Silva, Paula Oliveira. 2009. *Blogos, logo existo*. Lisboa: Editora media XXI.
- Silvino, Sara. 2009. Região: criminalidade sexual associada à Internet tem vindo a subir. *Tribuna da Madeira*. 14 de Março.

### On-line

- Caires, Marta. 2008. Expor a vida na Internet é uma manobra arriscada. *Diário de Notícias*, 27 de Abril. <http://www.dnoticias.pt/impressa/diario/44738/madeira/112240-expor-a-vida-na-internet-e-uma-manobra-arriscada> (acedido em 5 de Julho de 2010).
- Diário de Notícias. <http://www.dnoticias.pt> (acedido em 5 de Julho de 2010).
- Orihuela, José Luis. <http://www.ecuaderno.com> (acedido em 5 de Julho de 2010).
- Silva, Guilherme. 2007. Pena é que haja uns "cobardolas" que, servindo-se dos blogues, se ocultam no anonimato. *Diário de Notícias*, 11 de Novembro. <http://www.dnoticias.pt/impressa/diario/opiniaõ/56130-pena-e-que-haja-uns-cobardolas-que-servindo-se-dos-blogues-se-ocultam> (acedido em 5 de Julho de 2010).