



After the Revolution: Reframing New Media Language

University of Bern, Switzerland

From the internet and email to mobile telephony and social media, digital technologies have been consistently framed as having had a revolutionary impact on our lives. We are everywhere told that huge (and unprecedented) changes are taking place in the ways we organize our communities, manage our relationships, and communicate with each other. One particularly dramatic dimension of this revolutionary rhetoric are the effects of new technologies on our uses of language. Needless to say, language has been changing but seldom in the ways – or to the extent – that popular debates would have us believe. With reference to the shifting place of English (once the *de facto* language of digital media), I offer four analytical frames for tracking the complicated practices of new media language. Indeed, the nature of “digital discourse” means that scholars, too, are having to rethink some of our own expert beliefs about not only English but about language in general.

Crispin Thurlow





Facebook o Discurso da Multidão

Sendo a rede social digital mais bem sucedida no século XXI, o Facebook convida ao estudo sociológico de formas actualizadas da apresentação do eu e das relações sociais à distância. Ao contrário das relações interpessoais quotidianas em presença do outro, que em geral se processam num âmbito limitado e sem registo mediático, a comunicação na rede social digital implica a possibilidade de uma avaliação colectiva registada, comprovada e reproduzível. É, de alguma forma, um discurso público.

No Facebook, o indivíduo gere as suas relações sociais no âmbito de uma ou mais comunidades, mais ou menos efémeras: o grupo de “amigos” e um ou mais grupos colectivos. A rede digital permite, entretanto, a passagem da “antiga” progressão aritmética da informação para a progressão geométrica, bem conhecida como propagação “viral”, pela qual determinado acto comunicativo se espalha rapidamente pela rede por e para um número muito grande de pessoas.

Nesta comunicação, proponho-me relacionar a interacção social dos inúmeros eus que se apresentam no Facebook com os conceitos milenares ou seculares de multidão, de multidude e de opinião pública, saltando do âmbito das relações de cada indivíduo ou de um grupo para um patamar global, em que se considera a sua “personalidade colectiva” já não pela actividade em que o indivíduo participa em colectivos, através do seu perfil registado no Facebook, mas pelo colectivo de inúmeros perfis. Chego assim ao tema central da comunicação: há um discurso colectivo no Facebook, para além das pertenças grupais de cada um? E que colectivo será esse? A multidude? A multidão? A opinião pública? Não será que a rede social digital, sem “centro” discursivo imposto, na soma dos discursos individuais e de grupos, se pode definir como uma nova configuração de um mass media, um meio de massas contemporâneo?

Eduardo Cintra Torres (UCP/CECC)





SMS and Perpetual Communication: evidences from the BICA-corpus

In the last decade, SMS communication has established itself as a useful and indispensable means of communication connecting people in professional milieus and, above all, strengthening ties among friends (not to be confused with “tele-partners”). The fact that, to our knowledge, no SMS corpus in European Portuguese has been collected and subsequently analysed from a sociolinguistic perspective, was the “leitmotif” for pursuing such an endeavour. The BICA-corpus constitutes a collection of SMS exchanges within a group of Portuguese youngsters ranging from 16 to 24 years old during a four-month period in 2012. Moreover, since we are experiencing an era of “digital convergence” (Cougnon/Fairon 2014) it has become imperative to investigate to what extent SMS communication in Portuguese reveals a convergence of scriptural practices with SMS from other languages, following (socio)linguistic approaches to SMS by Schlobinski et al. (2001); Thurlow/Brown (2003); Ling 2005; Fairon/Klein/Paumier (2006); Anis 2007; Crystal 2008; Spilioti (2011); Thurlow/Poff (2011); Tagg (2012), among many others. Special attention will be dedicated to approaching SMS in European Portuguese as code-switched text segments (Morel et al. 2014) framed by perpetual communication dynamics (Katz/Aakhus 2002).

Maria Clotilde Almeida (FLUL/CLUL)/Bibiana de Sousa (ESJB/CECC)





O Discurso Empresarial na Internet – Dimensões da Globalização

Este trabalho visa contribuir para os estudos linguísticos da comunicação via tecnologia digital, numa perspetiva da semiótica cognitiva (Lakoff/Johnson 2003) aplicada ao plano sincrónico. Trata-se de um estudo dos websites de diversas empresas multinacionais, nomeadamente portuguesas, americanas e alemãs, com especial enfoque no link Sobre nós/About us/Über uns. Postulamos que as representações simbólicas em causa são maioritariamente de natureza metafórica, estruturadas por um processo de mesclagem conceptual (Fauconnier/Turner 2002, 2006; Turner 2001, 2006), o que demonstra a natureza inovadora e criativa da linguagem usada neste registo online, sendo ele inevitavelmente dinâmico.

De facto, o discurso online das empresas em análise firma-se em grande medida na mescla metafórica da empresa como organismo vivo, existindo numerosas estruturas em que este organismo vivo é especificado como sendo, por exemplo, intencional, social, auto-suficiente e ambicioso. Para além disso, a situação de comunicação revela-se crucial na análise das estruturas subjacentes às ocorrências encontradas, em conjunto com o espaço de relevância, que é predominantemente de natureza espacial (Brandt 1998, 2001, 2004; Brandt/Brandt 2005). Apesar das manifestas diferenças entre os ramos das multinacionais em causa, o nosso estudo revela que praticamente todas as estruturas encontradas têm a mesma base conceptual, o que questiona as conclusões de Morgan (2006). Desta forma, este estudo também pretende avaliar em que medida a construção da identidade empresarial é influenciada e estruturada por meio de construções mescladas de natureza metafórica no discurso online com o qual se apresentam ao público em geral. Proximidade com os clientes, empatia e sentimento de pertença são alguns dos efeitos das hiper-mesclas metafóricas em causa, constituindo estas, por conseguinte, pontes entre as multinacionais propriamente ditas e a realidade social que as rodeia.

Paula Órfão Machado (ESTG-IPL/CECC)





Compilação de um *corpus* de Comunicação Mediada por Computador

Centro de Linguística da Universidade de Lisboa

Este trabalho tem como objetivo dar a conhecer um *corpus* de Comunicação Mediada por Computador para o português europeu. Este *corpus*, que inclui fontes do Facebook, Twitter, fóruns de discussão e blogues, estará integrado no *Corpus de Referência do Português Contemporâneo - CRPC*.

A linguagem mediada por computador não tem a naturalidade da fala espontânea, embora apresente características que a distanciam do discurso formal escrito e dos dados habitualmente encontrados em livros, revistas, jornais e até mesmo em cartas particulares (Myers, 2010; Paolillo, 1999). Este tipo de comunicação constitui um terceiro tipo de discurso (Crystal, 2001), não equivalente a uma transcrição do registo oral, nem próximo de um típico registo escrito informal, mas que recupera características destes dois tipos de discurso: ligado no tempo e no espaço, espontâneo, com estrutura sintática variada, socialmente interativo, abundante em expressões idiomáticas, gíria e reformulações, entre outras características.

A natureza destes dados apresenta por isso desafios para as tarefas habituais de compilação e anotação de *corpora* (Seddah et al, 2012), que serão discutidos nesta apresentação.

Amália Mendes e Liliana Romão Teles

Referências:

- Crystal, D. (2001) *Language and the Internet* Cambridge University Press: Cambridge.
- Généreux, M., I. Hendrickx, A. Mendes (2012) "A Large Portuguese Corpus On-Line : Cleaning and Preprocessing". In Caseli, H. et al. (eds.) *Computational Processing of the Portuguese Language. Proceedings of the 10th International Conference PROPOR1012*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, pp. 113-120.
- Myers, G. (2010) *Discourse of Blogs and Wikis* Continuum: London.
- Paolillo, J. (1999) "The Virtual Speech Community: social network and language variation on IRC." in *Journal of Computer-Mediated Communication 4*.
- Seddah, D; B. Sagot, M. Candito, V. Mouilleron, V. Combet (2012) "Building a Treebank of Noisy User Generated Content: The French Social Media Bank" in *Proceedings of the Eleventh International Workshop on Treebanks and Linguistic Theories (TLT 11)* Colibri: Lisbon, 2012.





Aspetos da construção do discurso na comunicação mediada por computador

O uso cada vez mais alargado de tecnologias de comunicação acentuou, por um lado, na generalidade dos indivíduos, os hábitos de escrita, mas provocou, por outro lado, alterações na produção textual, que adquiriu novos contornos. As consequências destas alterações podem ser vistas sob diferentes prismas. Assim, se, por um lado, alguns autores enfatizam o aspeto benéfico desta nova forma de promoção da escrita, outros autores temem a possível má influência da generalização cada vez maior do chamado “internetês”.

O estudo que apresentaremos centra-se na observação de dados obtidos a partir de formas de comunicação textual resultantes do uso de plataformas digitais, que conduzirá a uma reflexão acerca das estratégias de construção textual que as caracterizam.

A grande diversidade de ferramentas que permitem a comunicação textual mediada por computador torna difícil estabelecer generalizações. Por esta razão, partiremos, fundamentalmente, da observação de textos resultantes da utilização do Facebook e de fóruns de discussão, com a finalidade de avaliar a sua complexidade em diferentes níveis, com especial destaque para os mecanismos que asseguram a coesão textual e permitem a continuidade textual, sobretudo ao nível das conexões interfrásicas e ao nível referencial.

(FL/ULisboa, CLUL)

Anabela Gonçalves & Madalena Colaço





Plataformas Digitais de recriação do Charroque

A presente comunicação tem origem num trabalho académico de índole sociocognitiva sobre a recriação do *charroque*, variante dialectal da cidade de Setúbal, com o intuito de evidenciar que a relação entre a produção do significado e as vivências da pesca e do mar pode ser recuperada e até redimensionada em sítios na internet. Nos textos *de blogues e fóruns* online, a variante dialectal em questão é objeto de recriação mediante recurso a imagens metafóricas, cujo uso a nível local estava, até recentemente, apenas confinado a populações idosas ligadas à faina piscatória.

O acervo de textos *online* permite a realização do estudo deste fenómeno de uma forma extensiva e abrangente, de molde a caracterizar, no plano sociosemântico, a variante dialectal de Setúbal, com especial destaque para usos da metáfora concetual dominante: SER HUMANO É PEIXE. Em paralelo, analisa-se a recriação das expressões idiomáticas do domínio semântico da pesca, levada a cabo por uma comunidade de “tele-partners”, que elegeu o *Charroque* como forma de comunicação em meio digital.

Eduardo Silva (Mestre em Tradução pela FLUL)





Os Géneros Discursivos no LinkedIn

O LinkedIn, rede de negócios criada em 2002, consiste numa rede social utilizada por profissionais de diversas áreas. Conhecida inicialmente como a rede social das oportunidades/ofertas de trabalho, tem vindo a ser utilizada para outras funções, tais como a publicitação de empresas, realização de discussões ou divulgação de ações realizadas pelos membros dos grupos, revelando, assim, semelhanças a outras redes sociais, tais como o Facebook ou mesmo os fóruns, essencialmente utilizados para debater ideias e opiniões sobre determinados temas.

A presente comunicação tem como objetivo caracterizar linguisticamente os segmentos textuais produzidos por membros de grupos que interagem linguisticamente nesta rede. Partindo da definição geral do discurso digital, como a forma de comunicação das (novas) tecnologias da informação e de comunicação, pretendemos elaborar uma tipologia das formas textuais do LinkedIn, mediante identificação das respectivas funções linguística. Trata-se de comprovar se as tipologias textuais condicionam as formas textuais e suas funções linguísticas, determinando se o LinkedIn pode ser definido como uma rede social com funções específicas ou se estas podem ser realizadas pelas outras redes sociais.

Hurrydeo Beefun (FLUL)





O Discurso das Audiências e o Jornalismo – Análise dos Comentários às Notícias nos Sites Portugueses

A Internet trouxe um conjunto de mudanças para a comunicação entre os indivíduos e para o ambiente mediático em particular. As potencialidades da rede global para os meios de comunicação tradicionais são várias e com efeitos ao nível da narrativa, do discurso produzido e da dimensão técnica e tecnológica dos média. Neste contexto, emerge um novo cenário mediático, em teoria, mais plural e diversificado ao alargar as possibilidades de criação de espaços dialógicos e de deliberação que integrem os vários atores da sociedade. A existência de caixas de comentários nos websites dos média tem por finalidade abrir o discurso mediático a um leque mais alargado de participantes e, por essa via, contribuir para o amadurecimento democrático tendo em conta a participação das audiências e alargamento do debate público. A presente comunicação apresenta uma análise aos comentários colocados pelos *ciberouvintes* às notícias disponibilizadas nos sites das três principais rádios de informação portuguesas durante a cobertura jornalística de eventos públicos de interesse coletivo, como as campanhas eleitorais e a visita de Bento XVI a Portugal.

Luís Bonixe (IPP-CIMJ)

