



UNIVERSIDADE VALE DO RIO VERDE

ROBERTA VIEIRA FÁVARO GÜNTHER

INTERAÇÃO E ORALIDADE NOS BLOGS DE VIAGEM

**Três Corações, MG
2018**

ROBERTA VIEIRA FÁVARO GÜNTHER

INTERAÇÃO E ORALIDADE NOS BLOGS DE VIAGEM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras: Linguagem, Cultura e Discurso da Universidade Vale do Rio Verde (UNINCOR) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras. Linha de pesquisa: Discurso e produção de sentido. Área de concentração: Letras

Orientador: Prof. Dr. Renan Belmonte Mazzola

Três Corações, MG
2018

81'27

GÜN Günther, Roberta Vieira Fávaro

Interação e oralidade nos blogs de viagem. / Roberta Vieira Fávaro Günther. – Três Corações: Universidade Vale do Rio Verde de Três Corações, 2017.

162 f.

Orientador: Prof. Dr. Renan Belmonte Mazzola.

Dissertação (mestrado) - UNINCOR / Universidade Vale do Rio Verde de Três Corações / Mestrado em Letras - Área de concentração – Letras, 2017.

1. Interação. 2. Oralidade. 3. Internet. 4. Blog. 5. Polidez. 6. Escrita on-line. I. Mazzola, Renan Belmonte, orient. II. Universidade Vale do Rio Verde. III. Título.

Catálogo na fonte

Bibliotecária responsável: Ângela Vilela Gouvêa CRB-6 / 2174

Claudete de Oliveira Luiz CRB-6 / 2176

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM LETRAS

Aos vinte e um dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e dezoito, sob a presidência do Prof. Dr. Renan Belmonte Mazzola (UNINCOR), e com a participação dos membros Profa. Dra. Thayse Figueira Guimarães (UNINCOR) e Profa. Dra. Camila de Araújo Beraldo Ludovice (UNIFRAN), reuniu-se a banca de defesa de Dissertação de **Roberta Vieira Fávaro Günther**, aluna do Programa de Mestrado em Letras. A banca deliberou que a dissertação intitulada: “**INTERAÇÃO E ORALIDADE NOS BLOGS DE VIAGEM**”, foi

APROVADA.

APROVADA COM ALTERAÇÕES.

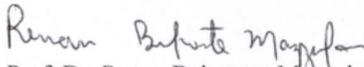
NÃO APROVADA.

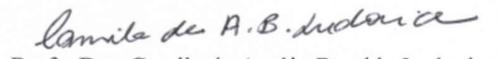
Eu, secretária, lavro a presente ata que, depois de lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos demais membros da banca examinadora.

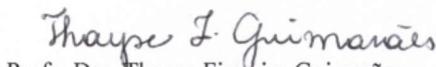
Observação:

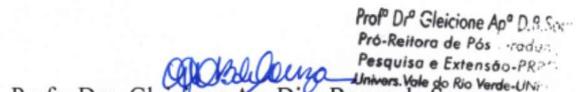
1. No caso de “Aprovada com alterações”, as alterações sugeridas pela banca examinadora devem ser incorporadas ao texto definitivo da dissertação, ficando o(a) orientador(a) responsável pela verificação das alterações executadas pelo(a) aluno(a).

Três Corações, 21 de fevereiro de 2018.


Prof. Dr. Renan Belmonte Mazzola
Presidente


Profa. Dra. Camila de Araújo Beraldo Ludovice
Membro da Banca


Profa. Dra. Thayse Figueira Guimarães
Membro da Banca


Profa. Dra. Gleicione Ap. Dias Bagne de Souza
Pró-reitora de Pós-graduação


Profa. Esp. Francislaine Santos Silva do Rosário
Secretária Geral

Francislaine S. Silva do Rosário
Secretaria Acadêmica
ECTE/UNINCOR

Dedico esses 20 meses de estudos e essa dissertação ao meu filho Daniel, que iniciou comigo essa trajetória ainda no meu ventre, ouviu minhas leituras em voz alta quando era recém-nascido, engatinhou sobre os meus livros, rabiscou com meu marca-texto, pediu colo para digitar nas teclas do meu computador e ficou muito bem nas minhas ausências...

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida e da sabedoria.

Ao meu filho Daniel, que ao ser concebido me garantiu licença do meu trabalho na aviação civil, o que permitiu voltar a estudar.

Ao meu marido Paulo, que acreditou que eu seria capaz de vencer mais essa etapa de nossas vidas.

À minha mãe Elizaide e minha sogra Henriete, excelentes vovós e babás que me auxiliaram na conciliação da função mãe e pesquisadora.

À Latam Airlines, que me concedeu folga universidade e licença não remunerada para que eu pudesse dedicar aos estudos.

À minha querida prima Raquel Fávaro, grande amiga Valdeni Reis e estimadas ex-professoras Ana Amélia Furtado e Carina Adriele, pesquisadoras nas quais me inspirei durante essa caminhada.

Ao meu orientador Prof. Dr. Renan Mazzola que teve muita calma e paciência em relação às minhas ansiedades e foi um mestre brilhante.

Aos colegas e professores do Programa de Mestrado em Letras da Unincor, pelas oportunidades de reflexões sobre a linguagem. Em especial à Prof^a Dr^a Thayse Guimarães, que contribuiu enormemente com minha pesquisa e ao colega Emanuel Santos que leu e sugeriu alterações em inúmeros trechos dessa dissertação.

A CAPES pelo auxílio financeiro.

RESUMO

Os avanços tecnológicos não só transformam a vida das pessoas como se refletem também no uso da linguagem e das práticas comunicativas. A interação via internet está cada vez mais presente na sociedade atual e a partir disso surgem novos modos sociais de agir linguisticamente. Partindo de uma visão da linguagem como prática situada, essa pesquisa observa os efeitos do uso de certas marcas linguísticas - em especial marcas de oralidade e polidez linguística - na interação *on-line* via blogs de viagem, em que os blogueiros compartilham experiências de viajantes com os leitores. Para tal fim, os suportes teóricos da Sociolinguística Interacional e da Análise da Conversação subsidiaram nossas reflexões e análises, uma vez que estudam o significado em situações de interação. Foram abordados os conceitos dos processos de figuração em Goffman (2009), onde os indivíduos se apresentam/ representam um diante dos outros, gerando também o conceito de papel social, que é quando um indivíduo desempenha o mesmo movimento para o mesmo público em diferentes ocasiões. Além da noção de preservação da face na comunicação (Goffman, 1980) considerando que face é a imagem pública construída, ou seja, a expressão social do eu individual, a interação pode pôr em risco a face. Além disso, observamos algumas características próprias da linguagem *on-line* e verificamos sua aproximação com a conversação e, a partir de Marcuschi (2003) levantamos os principais conceitos da Análise da Conversação, gênero básico da interação humana. A partir de tais conceitos, foram analisadas postagens dos blogs *360 meridianos*, *Preciso Viajar* e *Esse mundo é nosso*, observando as estratégias linguísticas que causam efeito de intimidade e amizade, e a suposta preocupação dos blogueiros de “salvarem a face” (GOFFMAN, 1980, p.80). Considerando o contexto mercadológico dos blogs de viagem no Brasil atualmente e a necessidade de mais leitores interagindo - curtindo, comentando, seguindo e compartilhando, esse estudo mostra que o uso da linguagem é essencial para conseguir o efeito persuasivo desejado. Os procedimentos metodológicos utilizados foram a pesquisa bibliográfica, que perpassou a identificação, localização e obtenção de bibliografia sobre o assunto, a construção do *corpus*, em seguida os procedimentos analíticos e a sistematização dos resultados. Alguns resultados encontrados nas análises foram a forte tendência comercial dos blogs de viagem, que apresentam afirmações mostrando dois diferentes pontos de vistas, com suposto propósito de agradar diferentes públicos. Além disso, verificamos que traços típicos da conversação informal face a face são frequentes e funcionam como uma busca da cooperação do leitor.

Palavras-chave: Interação. Oralidade. Internet. Blog. Polidez. Escrita *on-line*.

ABSTRACT

Technological advances not only transform people's lives but also reflect the use of language and communicative practices. Interaction in the Internet is increasingly present in today's society and from this new social ways of acting linguistically arise. Based on a view of language as a situated practice, this research observes the effects of the use of certain linguistic marks - in particular marks of orality and linguistic politeness - in online interaction in travel blogs, where bloggers share travelers experiences with readers. To achieve these purposes, the theoretical supports of Interaction Sociolinguistics and Analysis of the Conversation subsidized our reflections and analyzes, once they study the meaning in situations of interaction. The concepts of the figuration processes were discussed in Goffman (2009), where the individuals present / represent one before the others, also generating the concept of social role, which is when an individual performs the same movement for the same public on different occasions. In addition to the notion of face preservation in communication (Goffman, 1980), considering that the face is the public image constructed, that is, the social expression of the individual self. In addition, we observed some characteristics of the online language and verified its approximation with the conversation and, from Marcuschi (2003), we raised the main concepts of the Analysis of Conversation, the basic genre of human interaction. Based on these concepts, four postings of the travel blogs *360 meridianos*, *Preciso Viajar* and *Esse mundo é nosso* were analyzed, observing the linguistic strategies that cause the effect of intimacy and friendship, and the supposed concern of bloggers to "save face" (GOFFMAN, 1980, p.80). Considering the market context of travel blogs in Brazil today and the need for more readers interacting - enjoying, commenting, following and sharing, this study shows that the use of language is essential to achieve the desired persuasive effect. The methodological procedures used were the bibliographic research, which included the identification, location and obtaining of bibliography on the subject, the construction of the corpus, then the analytical procedures and the systematization of the results. Some results found in the analyzes were the strong commercial trend of travel blogs, which present statements showing two different points of view, with the supposed purpose of pleasing different audiences. In addition, we find that typical features of face-to-face informal conversation are frequent and work as a search for reader cooperation.

Keywords: Interaction. Orality. Internet. Blog. Politeness. *On-line* writing.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Pesquisa sobre escolha do destino.....	26
Gráfico 2 -	Pesquisa sobre os motivos da consulta.....	27

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Blog Preciso Viajar.....	21
Figura 2 -	Blog 360 meridianos.....	28
Figura 3 -	Blog Preciso Viajar.....	29
Figura 4 -	Diagrama de Tópicos.....	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Distribuição dos Gêneros Textuais no contínuo.....	35
Quadro 2 -	Marcadores discursivos: funções e colocação no enunciado.....	52
Quadro 3 -	Argumentos do blog na balança de Ducrot.....	87

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 BLOGS DE VIAGEM: oralidade e escrita na linguagem <i>on-line</i>	20
1.1 Blog	20
1.1.1 Histórico dos blogs.....	22
1.1.2 Os blogs de viagem.....	25
1.1.3 Blog de viagem como suporte para híbrido de gêneros.....	30
1.2 Interfaces entre o oral e o escrito	32
1.3 A escrita e o mundo digital	35
2 LINGUAGEM E INTERAÇÃO	41
2.1 A Linguagem em uso	41
2.1.1 Teoria dos atos de fala.....	43
2.1.2 O enunciado concreto.....	46
2.1.3 O que está ao redor da fala.....	47
2.2 A análise da conversação	48
2.2.1 Organização turno a turno.....	50
2.2.2 Organização de sequências.....	51
2.2.3 Marcadores conversacionais.....	52
2.2.4 Organização do tópico.....	54
2.3 A Sociolinguística Interacional	55
3 ANÁLISE DOS EFEITOS DE SENTIDO NAS INTERAÇÕES NOS BLOGS DE VIAGENS	59
3.1 “São Paulo é feia, mas tá na moda”	59
3.2 “Devo largar tudo para viajar?”	83
3.3 “Nova York X Londres”	88
3.4 “Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?”	97
CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
REFERÊNCIAS	109

ANEXOS.....	113
ANEXO A – São Paulo é feia, mas tá na moda.....	114
ANEXO B – Devo largar tudo para viajar?.....	125
ANEXO C – Nova York X Londres.....	140
ANEXO D – Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?.....	153

INTRODUÇÃO

Com o avanço e a maior acessibilidade das tecnologias, em especial a Internet, a sociedade passa a interagir cada vez mais por meios eletrônicos, principalmente através de redes sociais, utilizando os mais diversos equipamentos para esse fim: computadores, *tablets*, *smartphones*. Atualmente, acredita-se que as redes sociais exercem grande influência nas pessoas, frequentemente conectadas e interagindo por esse meio.

Segundo Crystal (2001 apud MARCUSCHI, 2004, p.19), “o impacto da Internet é menor como revolução tecnológica do que como revolução dos modos sociais de agir linguisticamente”. Diante desse cenário, esta dissertação é baseada em uma pesquisa linguístico-discursiva dos enunciados publicados nas redes sociais, em especial nos blogs de viagem.

Blog é sinônimo das palavras inglesas *web* e *log* (LONGMAN, 2003, p.1870), que podem ser traduzidas como diário na *web* ou diário da rede. São páginas (*websites*) compostas por postagens (*posts*) escritos por uma ou várias pessoas - costumeira e doravante denominados blogueiros. Tais postagens são publicadas abertamente na rede e qualquer leitor pode expor sua opinião sobre o texto postado através da ferramenta comentários.

Os blogs são páginas que contêm não apenas textos escritos elaborados pelos blogueiros, mas também imagens, vídeos, hiperlinks, *emoticons*, anúncios e comentários dos leitores. Inicialmente, os blogs funcionavam apenas como diários pessoais sobre assuntos diversos. Ao longo do tempo, passou a existir blogs de assuntos específicos, como moda e beleza, viagens, notícias, religião, arte, esporte, etc. Juntamente com o sucesso dos blogs, iniciou-se o interesse do mercado, com anúncios e postagens patrocinadas. A concepção de que ele era apenas um diário descompromissado virou algo que busca atrair cada vez mais leitores/consumidores e os blogs muito acessados pelos internautas transformaram seus blogueiros em importantes formadores de opiniões.

A partir desse contexto, e com o passar dos tempos, o cenário da blogosfera sofreu modificações. No início, os blogs eram criados a partir de plataformas gratuitas e a disposição das postagens eram sempre em ordem cronológica inversa. Devido ao excesso de visualizações, que geraram maior valor de mercado, os blogueiros deixaram de usar as plataformas gratuitas dos blogs e passaram a criar suas próprias páginas pessoais, que ainda são popularmente chamadas de blogs. Nessas páginas, há *banners* de publicidade, ícones que separam as postagens, *hiperlinks* que levam

a outros *posts*, ferramenta de busca por um assunto específico e diversas funções que a virtualidade e a informática permitem.

Este estudo tratará de um segmento específico da blogosfera: os blogs de viagem. A motivação para a delimitar o estudo nesses blogs específicos é estatística, devido aos blogs de viagem serem referência de busca aos turistas internautas. De acordo com uma pesquisa realizada pela Idealis⁷ em 2012, 70% dos viajantes pesquisados utilizavam os blogs de viagens como fonte de consulta para a escolha de destinos turísticos, uma vez que consideram os blogueiros de viagem viajantes experientes. Mesmo com o surgimento de redes sociais posteriores aos blogs, como *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Skype*, os blogs de viagem ainda são fontes significativas de informações turísticas aos internautas, além de lugar para trocas de informações sobre esse assunto.

A partir disso, percebemos que os blogs de viagem são importantes instrumentos de interação *on-line* e a linguagem multimodal é parte importante dessa interação. As interações entre os blogueiros e os leitores de blog estão circunscritas aos mecanismos de informática atuais dos blogs, em que os enunciados são elaborados multimodalmente. Assim, todos os recursos semióticos disponíveis nessas páginas da *web*, como fotos, vídeos, anúncios, *hyperlinks* etc. são relevantes para a construção do contexto da interação.

Fundamentado nessas circunstâncias, e considerando as atividades *on-line* acessíveis, é possível afirmar que a linguagem ocupa uma posição de centralidade. Barton e Lee (2015, p. 13) explicam que “a linguagem tem um papel fundamental nessas mudanças contemporâneas, que são, antes de tudo, transformações de comunicação e de construção de sentidos”. Ou seja, os avanços tecnológicos não só transformam a vida das pessoas como refletem também no uso da linguagem e das práticas comunicativas.

Koch (2003, p. 75) destaca a importância de se considerar a língua como ato social pois “por meio dela realizam-se, no interior de situações sociais, ações linguísticas que modificam tais situações, através da produção de enunciados dotados de sentido e organizados de acordo com a gramática de uma língua (ou variedade de língua)”. Isso acontece nos blogs de viagem, cuja esfera de atuação apresenta uma natureza textualmente mediada, e, através da linguagem multimodal, os blogueiros e os leitores posicionam-se diante de um determinado assunto e de um determinado público.

⁷ Empresa especializada em pesquisas qualitativas e quantitativas. A referida pesquisa está disponível em: <http://www.slideshare.net/ABBV_Brasil/pesquisa-abbv-v5>. Acesso em: 25 nov. 2016.

Com base nessas questões, é significativo destacar a importância do estudo da linguagem em contextos reais de comunicação, como no caso dos blogs de viagem, e refletir sobre as relações entre a língua e suas ações sociais e interacionais. Para isso, esse estudo tem como base a noção de língua em uso, vemos a linguagem *on-line* como uma prática social situada, influenciada pelos diferentes e infinitos contextos de uso mediados pelas tecnologias.

Considerando essa relação indissociável entre as situações comunicativas e as construções linguísticas empregadas em cada situação, tomamos nesta pesquisa, a concepção de linguagem que enfatiza o estudo do uso da língua em contextos reais de comunicação - as interações *on-line* nos blogs de viagem, considerando importante o cenário extralinguístico, onde os fatores socioeconômicos, culturais e afetivos envolvidos na comunicação e o modo como a interação é estabelecida são extremamente relevantes.

As interações nos blogs de viagem acontecem através da ferramenta comentários, geralmente disponível na sequência da postagem do principal. Por meio dos comentários, o leitor pode emitir sua opinião sobre o que foi postado, fazer perguntas ao autor ou a outros leitores, acrescentar informações, enfim, interagir, por meio da linguagem multimodal e o intermédio da tecnologia, com os demais usuários. Barton e Lee (2015, p. 142) explicam a questão dos comentários nos *sites* da seguinte maneira:

A função de comentário em muitos *sites* globais permite constantemente exprimir, discutir, negociar e contestar postura de forma colaborativa com pessoas de todas as partes do mundo, que nem sequer se conhecem. Embora os tipos de opinião expressa por usuários *on-line* sejam muito abrangentes, há um objeto de postura específico que nos parece ocorrer com enorme frequência em muitos espaços das novas mídias – as atitudes em relação aos conhecimentos linguísticos.

Ou seja, de uma forma ou de outra, as interações *on-line* necessitam de conhecimentos linguísticos para acontecer e, no caso dos blogs de viagem, as interações são basicamente mediadas pela escrita multimodal, com algumas características próprias da comunicação *on-line*.

Analisaremos as construções linguísticas dos internautas nas interações nos blogs de viagem, partindo dos pressupostos teóricos da Análise da Conversação e da Sociolinguística Interacional. Tais teorias possuem como conceito fundamental a interação. Considerando a conversação como ato social, no interior de situações sociais, as vertentes teóricas que embasaremos nossa pesquisa buscam explicar os processos de constituição e negociação do sentido na conversação como consequências de condutas sociais. Fávero et al (2012, p. 16) apontam para

a importância da interação no discurso conversacional: “É na interação e por causa dela que se cria um processo de geração de sentidos, constituindo um fluxo (movimento de avanço e recuo) de produção textual organizado”.

Apesar de tais vertentes teóricas priorizarem as interações face a face, ou seja, a conversa em voz alta realizada presencialmente, essa dissertação irá analisar as interações realizadas através da comunicação digital e observará como certas construções linguísticas, não-linguísticas e paralinguísticas contribuem para a elaboração do efeito de sentido pretendido. De acordo com Marcuschi (2004, p.30), “a presença física não caracteriza a interação conversacional em si, mas sim determinados gêneros, tais como os que se dão nos encontros face a face”. Da mesma forma, “a produção oral não é necessária, mas apenas suficiente para determinar a interação síncrona, pois é possível uma interação síncrona, pessoal e direta pela escrita transmitida à distância” (MARCUSCHI, 2004, p.30). Importante salientar que as interações nos blogs de viagem não são necessariamente síncronas, ou seja, não acontecem em tempo real, existe um espaço de tempo indeterminado entre as publicações dos comentários, e isso é também relevante em nossas análises.

Dessa maneira, a relação entre as três teorias que serão mobilizadas nessa pesquisa é que todas consideram a linguagem humana como lugar de interação, de representação de papéis e construção de identidades, conforme explica Koch (2003, p. 128) “[...] é preciso encarar a linguagem não apenas como representação do mundo e do pensamento ou como instrumento de comunicação, mas sim, acima de tudo, como forma de interação social”.

Compreender a linguagem *on-line* a partir de teorias prático-sociais torna possível entender o motivo pelo qual as pessoas empregam estratégias linguísticas diferentes em cada contexto de uso, além de perceber como os textos são produzidos em autênticas situações de uso. Importante destacar, nesse sentido, a importância da vida pessoal -e sobretudo social- dos usuários, que está diretamente ligada às suas escolhas linguísticas e às circunstâncias em que elas são empregadas.

Compreender as práticas de produção de texto *on-line* não implica apenas analisar características estruturais da língua, mas também observar modos particulares de criação e utilização de textos pela observação da vida dos participantes. Percepções, sentimentos e valores das pessoas também são levados em consideração nessa construção teórica (BARTON; LEE, 2015, p. 221).

Dessa forma, essa dissertação irá abordar as interações *on-line* nos blogs de viagem, a partir de uma revisão bibliográfica das teorias da língua em uso. Para isso, levantamos a seguinte pergunta de pesquisa: Quais estratégias linguísticas, paralinguísticas e não-linguísticas são

utilizadas pelos blogueiros para atrair e agradar grande quantidade de leitores, de diversos e variados públicos?

Considerando o contexto mercadológico dos blogs de viagem no Brasil atualmente que, visando o lucro gera a necessidade de um número cada vez maior de leitores curtindo, comentando, seguindo, compartilhando e possibilitando gerar lucro financeiro ao blog; esse estudo pretende mostrar a importância de certos tipos de construções linguísticas, paralinguísticas e não-linguísticas para obter o efeito persuasivo desejado, nesse contexto de uso da linguagem.

Partindo então desse cenário em que a cooperação do leitor possui grande relevância, os objetivos específicos dessa dissertação são observar como o contexto vai se construindo nas interações nos blogs de viagem, a partir das pistas de contextualização (GUMPERZ, 1998, p.182); além disso, analisar as estratégias de polidez utilizadas pelos blogueiros para “salvarem suas faces” (GOFFMAN, 1980, p.80) diante de seus leitores e investigar o uso das marcas linguísticas que aproximam da oralidade.

As hipóteses que levantamos para tais questões são: os blogueiros tendem a apresentar discursos com uma posição de neutralidade com possível intenção de agradar todos os tipos de leitores e o uso, na escrita, de formas que aproximam da oralidade podem causar efeito de amizade e intimidade, que contribuem para que o leitor coopere com o texto.

O número de blogs de viagem no Brasil e no mundo é excessivo. Somente os afiliados à Rede Brasileira de Blogs de Viagem são cerca de 700. A escolha do *corpus* a ser analisado nesta dissertação foi fundamentada em um ranking de cinco blogs de viagem, publicado pelo site Melhores Destinos⁸, em 2013. A partir desta lista, selecionamos três diferentes blogs para fazer nossas análises: *360 meridianos*, *Preciso Viajar* e *Esse mundo é nosso*.

Serão analisadas quatro postagens: “São Paulo é feia, mas tá na moda”⁹ e “Devo largar tudo para viajar?”¹⁰ do Blog 360 meridianos, “Nova York X Londres”¹¹ do Blog Preciso Viajar e “Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?”¹² do Blog Esse mundo é nosso. Iremos focar, principalmente, no texto escrito das postagens, incluindo os comentários dos leitores, sem

⁸ Disponível em: <<http://www.melhoresdestinos.com.br/5-blogs-viagem.html>>. Acesso em: 25 nov. 2016.

⁹ Disponível em: <<http://www.360meridianos.com/2013/10/sao-paulo-feia-mas-ta-na-moda.html>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.360meridianos.com/2014/02/devo-largar-tudo-para-viajar.html>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

¹¹ Disponível em: <<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html>>. Acesso em 20 jul. 2017.

¹² Disponível em: <<http://www.essemundoenosso.com.br/praias-de-cartagena-nao-sao-sua-maior-atracao/>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

desconsiderar a importância dos demais recursos semióticos, como as fotos, os vídeos e os anúncios publicitários por exemplo, que, nesse estudo, serão tratados como pistas de contextualização não-linguísticas, paralinguísticas ou mistas.

O Blog *360 meridianos* foi criado em 2011 pelos jornalistas Rafael Sette Câmara, Natália Becattini e Luiza Antunes. Na postagem intitulada “Quem somos”¹³, os blogueiros relatam que a partir de um intercâmbio na Índia e uma viagem de volta ao mundo juntos, eles criaram o blog para compartilhar suas experiências cruzando as 360 linhas imaginárias que dividem o globo terrestre. O blog, que atualmente é um *site* próprio, apresenta postagens sobre cerca de 30 países diferentes e é dividido em destinos e reflexões sobre viagens, além de anúncios de vendas de livros e guias escritos pelos blogueiros.

O Blog *Preciso Viajar*, que é também um *site*, foi criado pela blogueira Fernanda Souza, que é responsável por toda criação e edição do conteúdo publicado. Na seção intitulada “Fernanda Souza, autora”¹⁴ a blogueira descreve sua biografia e se posiciona como uma pessoa com vasta experiência em viagens, que já visitou mais de 50 países, locomovendo-se e hospedando-se de diferentes maneiras. A partir dessas experiências pessoais, ela escreve postagens sobre destinos específicos, sobre dicas de viagem em geral e também sobre reflexões de viagem.

De acordo com a seção “Quem somos”¹⁵, o Blog *Esse mundo é nosso* é alimentado pelos blogueiros Rafael Carvalho e Adolfo Nomelini, jornalistas pós-graduados em conteúdo digital, que também mantêm o blog em seu *site* próprio. Segundo os autores, o objetivo do blog é ajudar os leitores a aproveitar melhor as viagens pelo Brasil e pelo mundo, a partir das experiências de viagem deles, que já visitaram cerca de 35 países. As postagens contêm relatos das experiências vividas pelos blogueiros, com dicas de lugares para hospedar, comer e divertir.

Uma vez situado nosso *corpus*, nosso embasamento teórico e nossos objetivos, julgamos importante explicar a maneira que esta dissertação será apresentada:

No primeiro capítulo, trataremos da trajetória dos blogs no Brasil e no mundo e, mais especificamente, sobre os blogs de viagem, seu histórico e sua posição no mercado atual. Além disso, serão abordadas as questões da escrita *on-line* e sua relação com a modalidade oral da língua.

No segundo capítulo, mobilizaremos algumas reflexões teóricas sobre os estudos da língua em uso, destacando as teorias da Pragmática, da Análise da Conversação e da Sociolinguística

¹³ Disponível em: <<http://www.360meridianos.com/quem-somos-2>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.precisoviajar.com/fernanda-souza>>. Acesso em: 20. jul. 2017.

¹⁵ Disponível em: <<https://www.essemundoenosso.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 20. jul. 2017.

Interacional. As teorias abordadas nessa pesquisa concebem a linguagem como lugar de interação humana, considerando toda situação comunicativa e o contexto sócio-histórico e ideológico.

O terceiro capítulo apresentará as análises das postagens dos três diferentes blogs de viagem que compõem nosso *corpus*: *360 meridianos*, *Preciso Viajar* e *Esse mundo é nosso*. Partindo dos pressupostos teóricos mencionados, serão analisadas as marcas de oralidade, as estratégias utilizadas pelos blogueiros para agradar seu público e as interações entre blogueiro-leitor e também entre leitores.

Nas considerações finais, apresentamos os resultados de nossas análises a partir das reflexões acerca do trabalho realizado. Uma vez que a interação *on-line* tende a aumentar progressivamente, fica aqui o convite para a leitura dessa dissertação, que explora uma parte do universo infinito do ciberespaço, sob a luz das teorias da língua em uso.

1 BLOGS DE VIAGEM: oralidade e escrita na linguagem *on-line*

Nesse capítulo, serão discutidas as interações escritas *on-line*, sua relação com a modalidade oral da língua e os impactos que a tecnologia exerce na escrita atualmente. Na primeira subseção será abordado o objeto de estudo dessa pesquisa, os blogs de viagem: suas origens, características e situação atual nas mídias. A segunda subseção tratará das conexões entre a oralidade e escrita, considerando que o discurso eletrônico é um híbrido dessas duas modalidades. Ao final, discutiremos sobre as novas tecnologias de comunicação atuais e a escrita nesse novo mundo digital.

1.1 Blog

Blogs são páginas da *web* compostas por *posts* (postagens) multimodais elaborados por uma ou várias pessoas (denominados blogueiros). A palavra blog vem da contração das palavras inglesas *web* e *log* (LONGMAN, 2003, p.1870), que podem ser traduzidas como diário na *web* ou diário da rede. Qualquer usuário da rede pode criar um blog gratuitamente a partir de plataformas específicas, como a *Blogger* e a *Wix* por exemplo.

O blog pode ser definido, então, como jornal/diário digital/eletrônico pessoal publicado na *Web*, normalmente com toque informal, atualizado com frequência e direcionado ao público em geral. Blogs geralmente trazem a personalidade do autor, seus interesses, gostos, opiniões e um relato de suas atividades. Portanto, geralmente são simples, com textos curtos, predominando os narrativos (relatos), descritivos e opinativos (COSTA, 2009, p.45).

As postagens em blogs podem ser sobre assuntos diversos: moda, humor, política, economia, viagens, reflexões pessoais, entre outros. Essas postagens são apresentadas em ordem cronológica inversa e possuem a ferramenta comentários, em que os leitores podem interagir com os blogueiros através de textos essencialmente escritos (pode conter *emoticons*).

A ferramenta comentários é fundamental na constituição do blog. É através dos comentários que o blogueiro/autor percebe que seu texto foi lido e como ele foi recebido pelo público. Quando o comentário é feito, as informações contidas na postagem podem ser complementadas pelos leitores. Dessa forma, é possível afirmar que os hipertextos que compõem as postagens dos blogs

são produzidas em conjunto, o leitor e o autor, e são textos que estão em constante mudanças, sempre passíveis de receber comentários, independente da data que a postagem foi publicada.

Miller e Shepherd (2004 apud BAWARSHI; REIFF, 2013, p. 202) argumentam que “o blog é um gênero distinto que combina o pessoal e o público em sua forma retórica e permite que os blogueiros cultivem o eu publicamente, e destacam que ‘o blog enquanto gênero é uma contribuição contemporânea para a arte do eu’”. Nesse aspecto, é importante ressaltar que não importa o tipo do blog, se moda, beleza, viagem, política etc., a subjetividade está sempre presente nesse tipo de escrita *on-line*.

Bawarshi e Reiff (2013, p. 202) afirmam que “através da função do autodesvelamento, os blogueiros buscam desenvolver relacionamentos e construir conexões com os outros ou manipular suas opiniões por meio dos recursos de links e comentários”. Dessa maneira, ao nosso ver, o blogueiro escreve seu hipertexto em busca de uma atitude responsiva do leitor (BAKHTIN, 2003), ele tem a intenção de persuadir o público a comentar e para ser bem sucedido, precisa usar ferramentas da língua e da *web* de maneira eficaz, conforme será mostrado em nossas análises do terceiro capítulo.

A figura abaixo mostra a página inicial de uma postagem do Blog Preciso Viajar:

Figura 1 – Blog Preciso Viajar



Fonte: Blog Preciso Viajar

A partir dessa figura, é possível perceber elementos que mostram a multimodalidade do blog: além do texto escrito em diversas fontes, tamanhos e cores, é possível perceber que a página é composta por fotos, desenhos, anúncios publicitários, *hyperlinks*¹⁶ que direcionam para outras páginas, logo do blog, ícones relevantes, ícone de busca indicado por uma lupa.

Todas essas multimodalidades presentes nos blogs, em especial o excesso de *hyperlinks*, fazem com o que o leitor escolha a direção de seu fluxo de leitura, que pode ou não ser um processo sequencial e linear. O leitor pode escolher entre ler a postagem continuamente ou fazer uma pausa para checar preço de hotel em determinado local, ou clicar no *hyperlink* e ler sobre outro assunto que o interessou, e infinitas outras possibilidades que o meio virtual oferece.

Considerando que o leitor opte por uma leitura linear da postagem do blog, independente do aparelho utilizado para ler (*smartphone*, computador, *tablet* etc.), o fluxo da leitura se dá sempre através do movimento de deslizamento vertical. Esse estilo de leitura retoma os gestos dos antigos *volumen*, ou livros em forma de rolo feitos de papiro ou pergaminho. “Este livro é um rolo, uma longa faixa de papiro ou de pergaminho que o leitor deve segurar com as duas mãos para poder desenrolá-la. Ele faz aparecer trechos distribuídos e colunas” (CHARTIER, 1998, p. 24).

A partir disso, percebe-se que os blogs são um misto de práticas antigas e modernas. Se por um lado existe toda a hipermodernidade do ambiente virtual, que proporciona infinitas possibilidades de leitura e navegação, por outro lado, se a escolha do internauta for a leitura linearizada, o gesto de leitura é da mesma forma que aquela da Antiguidade.

1.1.1 Histórico dos blogs

Há grande controvérsia em relação ao início dos blogs. Oliveira (2002 apud COSTA, 2009, p. 43) afirma que foi em 1994 que as pessoas começaram a construir um site pessoal e nele escrever seu diário íntimo. Costa (2009, p. 43) reitera que a americana Carolyn Burke foi a primeira pessoa a ter e manter um diário *on-line*, em janeiro de 1995. Porém, o americano Justin Allyn Hall, já escrevia sobre suas experiências pessoais, em janeiro de 1994, quando tinha então 19 anos.

Independentemente de quem tenha sido o precursor da escrita pessoal na internet, Novaes (2008, *on-line*) explica que o termo *weblog* foi criado em 1997 por Jorn Barger, sendo o “[...]”

¹⁶*Hyperlink* é a abreviação de *hypertext link*. Seu significado é texto de atalho, caminho ou ligação, ou seja, é um texto (escrito ou visual) presente nos *websites* que leva a outro texto quando se clica nele. (LONGMAN, 2003, p. 800, tradução nossa).

pioneiro em desenvolver um sistema onde uma pessoa poderia relatar tudo o que achasse realmente interessante na internet [...]”.

No início, as postagens dos blogs eram compostas apenas por links que direcionavam a outros links, ou seja, de acordo com Novaes (2008) os blogs, nessa época, funcionavam apenas como “pontes para um outro *site*”.

No final do ano de 1999, empresas desenvolveram sistemas para automatizar a publicação em blogs, o que facilitou o acesso a qualquer pessoa leiga no assunto de programação. Isso foi fundamental para o maior acesso dos usuários aos blogs, como explica Komesu (2005, p. 96):

A facilidade para edição, atualização e manutenção dos textos em rede foi – e é – considerada como um dos principais fatores para o sucesso e a difusão dessa chamada ferramenta de auto-expressão. De fato, o argumento do suporte material é sempre retomado pelos pesquisadores como um dos fatores responsáveis pela popularização dos blogs.

A partir dessa facilidade para usar a ferramenta e de ser totalmente sem custo, o número de usuários de blogs foram aumentando e transformaram os blogs em diários íntimos virtuais. Qualquer pessoa alfabetizada, independentemente da idade, sexo, religião, nível social, nacionalidade, desde que tivesse um aparelho conectado à internet, poderia ter um blog e escrever sobre qualquer assunto e esse texto estaria disponível publicamente a todos os internautas de todas as partes do mundo.

Em 2000 surgiram os “permalinks” onde cada postagem gerava um link separado. Com isso, a ferramenta comentários ficou atrelada a uma postagem específica, o que facilitou a interação dos leitores com os blogueiros e demais leitores interessados no assunto, conforme explica Novaes (2008, *on-line*) “[...] com o sistema de comentários, os blogueiros se tornaram mais escritores do que simplesmente blogueiros. Seus textos deixaram de ser apenas um texto jogado na internet para ser algo comentado por pessoas [...]”. Nesse contexto, o *post* publicado pelo blogueiro e os comentários dos leitores constituem um único hipertexto, pois colaboram com a constituição da postagem.

A partir disso, os blogs passaram a ser muito acessados pelos usuários no Brasil e no mundo. De acordo com Novaes (2008) o número de blogs em 1999 eram 50, já em 2003 haviam 3 milhões de blogs e em 2008, o número de blogs chegava a 50 milhões.

Juntamente com o sucesso dos blogs, iniciou-se o interesse do mercado, com anúncios e postagens patrocinadas. A concepção de que ele era apenas um diário íntimo descompromissado

virou algo que busca atrair cada vez mais leitores/consumidores e os blogs muito acessados pelos internautas transformaram seus blogueiros em importantes formadores de opiniões.

A partir desse contexto, e com o passar dos tempos, o cenário da blogosfera sofreu modificações. No início, os blogs eram criados a partir de plataformas gratuitas e a disposição das postagens eram sempre em ordem cronológica inversa. Devido ao excesso de visualizações, que geraram maior valor de mercado, os blogueiros deixaram de usar as plataformas gratuitas dos blogs e passaram a criar suas próprias páginas pessoais, que ainda são popularmente chamadas de blogs. Nessas páginas, há banners de publicidade, ícones que separam as postagens, *hyperlinks* que levam a outros posts, ferramenta de busca por um assunto específico, etc.

As postagens dos blogs, independente do assunto, permitem discussões, reflexões e posicionamentos através de comentários de leitores. É a partir dessa ferramenta que o blogueiro obtém o *feedback* de seus leitores sobre o assunto tratado na postagem e motivo de muita ou pouca audiência no blog.

Para os blogueiros, a audiência pode afetar a decisão sobre o que escrever, o quanto escrever e como escrever. Ainda que o visitante não comente publicamente na página sobre suas expectativas, a sua presença e as suas ações (e.g., confiar no escritor) podem influenciar a ação gerencial do blogueiro quanto ao volume, à variação e às características dos textos produzidos [...] (CASTRO; SANTOS JÚNIOR, 2015, p. 490).

Ao longo dos anos 2000, os blogs foram a rede social dominante, era através deles que se expunham opiniões pessoais sobre assuntos diversos e os debates sobre tais assuntos aconteciam através da ferramenta comentários. No final da década de 2000 e principalmente no início da década de 2010, a popularidade dos blogs começam a cair devido à grande variedade de tipos de blogs, em que “nem todos obedecem a todas as características iniciais do formato – como na ausência de apresentação de *posts* em ordem cronológica inversa, ausência de espaço para comentários, ou eliminação do *blogroll*.” (ZAGO, 2008, p. 6). A partir disso, surgiram novas redes sociais derivadas do conceito inicial de blog, como *videoblogs*, *fotoblogs* e os próprios *websites* que apresentam traços de blogs mas possuem suas características próprias, como é o caso do nosso *corpus*.

No final da década de 2000, juntamente com a popularização dos *smartphones*, surgiram os *microblogs*, definidos como “ferramentas de blogs mais simplificadas, voltadas para postagens

com limitações de tamanho, e muitas vezes associadas à ideia de mobilidade” (ZAGO, 2008, p. 7). Os microblogs passam a ser mais populares que os blogs tradicionais devido às suas características que assemelham às mensagens instantâneas. A interação que antes acontecia via comentários das postagens, hoje acontece de maneira mais rápida, fácil e imediata, efeitos da hipermodernidade (ROJO; BARBOSA, 2015, p.116).

A partir disso, novas redes sociais começaram a ganhar mais relevância entre os internautas, como o *Facebook*, *Badoo*, *Google +*, *Twitter*, entre outras. As interações e atualizações nessas redes sociais são mais rápidas e ágeis que nos blogs, por isso alcança mais popularidade entre os usuários. Além da possibilidade que todos usuários passam a ter de criar suas próprias postagens, com seus vídeos, fotos, áudios, textos, anúncios e não precisam ser mais apenas comentaristas, como nos blogs.

Mesmo diante do contexto atual, em que os blogs são considerados “ultrapassados”, o objeto de estudo dessa pesquisa, os blogs de viagem, ainda são relevantes aos usuários específicos do setor de turismo. Eles funcionam como guias de viagem, sempre atualizados e com relatos de experiências pessoais, como será visto no item a seguir.

1.1.2 Os blogs de viagem

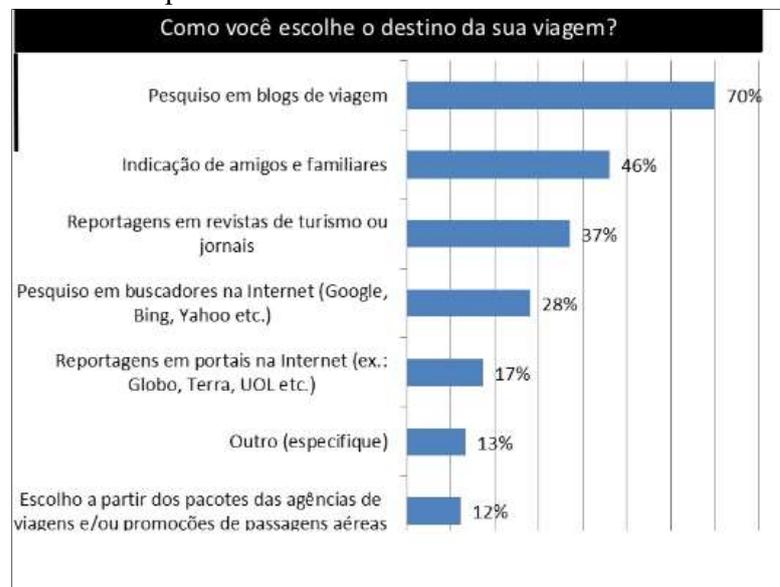
Os blogs de viagem são específicos de roteiros, viagens e destinos. São compostos por textos que compartilham experiências de viajantes. Desde a escolha do destino, a compra da passagem, a reserva do hotel, os passeios, a melhor época do ano para visitar, os pratos e preços dos restaurantes, a opinião pessoal do blogueiro sobre o assunto/local, reflexões sobre viagem, o relato da experiência vivida no lugar, enfim, o leitor de blogs de viagem encontra uma gama de informações sobre viagens, além das fotos e vídeos que compõem o hipertexto de cada postagem.

Podemos afirmar, a partir da leitura de inúmeros blogs de viagem brasileiros, que eles funcionam como um guia turístico mais completo que os guias turísticos tradicionais e impressos. Nos blogs de viagem os relatos apontam, geralmente, para informações que não são encontradas em guias turísticos oficiais da cidade ou das agências de turismo. Passa ao internauta a ideia de ser uma avaliação pessoal e honesta do destino, e isso pode funcionar como um motivo essencial para atrair leitores.

O número de blogs de viagem no Brasil é grande. Somente os afiliados à RBBV – Rede Brasileira de Blog de Viagem, são cerca de 650. Existem blogs de viagem específicos sobre apenas uma cidade, país, ou continente e aqueles blogs mais amplos, que englobam diferentes destinos. Já a ABBV - Associação Brasileira de Blogs de Viagem, é uma organização que regulamenta e defende os interesses dos blogs de viagem no Brasil. Em 2012, a ABBV realizou uma pesquisa em parceria com a Idealis¹⁷ sobre a influência dos blogs de viagem sobre o turista brasileiro.

Ao escolher um destino turístico, 70% dos entrevistados utilizam os blogs de viagem como fonte de consulta principal, conforme mostra o gráfico abaixo:

Gráfico 1: Pesquisa sobre escolha do destino

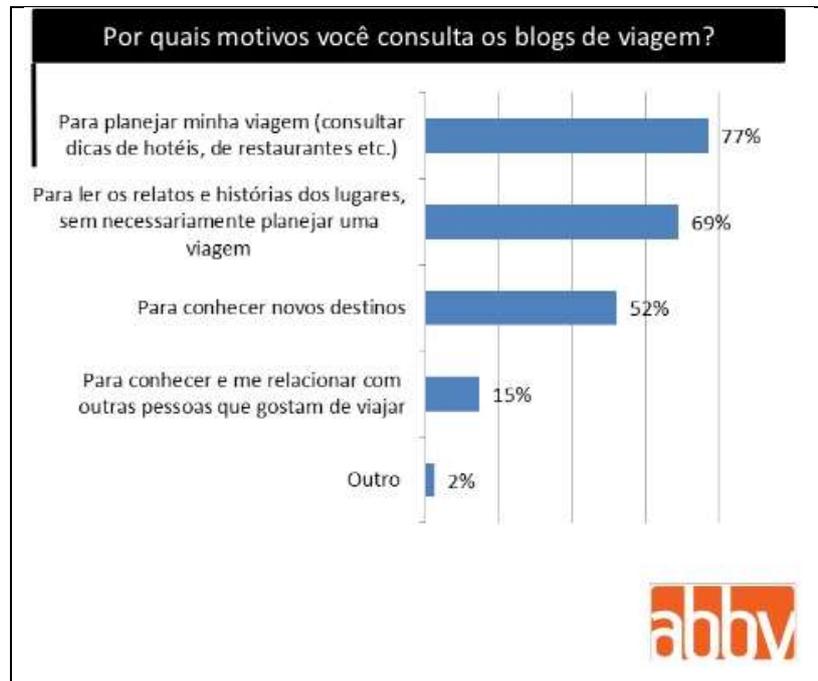


Fonte: ABBV

Além disso, segundo a mesma pesquisa, 68% dos entrevistados afirmaram confiar muito em blogs de viagem como fonte de consulta de informações. Um dado importante observado em tal pesquisa é que os blogs não são acessados apenas por turistas planejando viagens, mas também por leitores interessados nos relatos e histórias de lugares e também para interagir com pessoas que gostam de viagens, conforme mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2: Pesquisa sobre os motivos da consulta

¹⁷ Empresa especializada em pesquisas qualitativas e quantitativas



Fonte: ABBV

São essas estatísticas que motivaram a delimitar essa pesquisa nos blogs de viagem. Apesar do grande número de redes sociais disponíveis atualmente, que ocasionou queda no uso dos blogs em geral, os blogs de viagem ainda são referência de busca de informações aos turistas internautas.

Com o bom êxito dos blogs de viagem, conforme mostra a pesquisa citada, os blogueiros transformam-se em importantes formadores de opinião e o setor do turismo (rede hoteleira, companhias aéreas, agências de viagem, seguradoras de viagem, etc.) passam a ter interesse de mercado nesses blogs, uma vez que potenciais consumidores podem ser influenciados por esse meio. É nesse contexto que surgem as postagens patrocinadas e os anúncios espalhados ao longo dos blogs.

Postagem patrocinada, no caso dos blogs de viagem, é quando o blogueiro é convidado a visitar uma determinada cidade, hotel ou atração turística, sem nenhum custo, para depois relatar a experiência vivida aos seus leitores. A imparcialidade é questionada em alguns casos, mas os blogueiros geralmente explicitam nas postagens que as mesmas são patrocinadas.

Os anúncios se distribuem ao longo do hipertexto que compõe as postagens: nas barras laterais e nos banners no canto superior da tela. Cada vez que o leitor clica em um anúncio a partir desse *site*, gera um ganho monetário ao blog. Observe na figura abaixo, a disposição do *Blog 360 meridianos*:

HOME DESTINOS INTERNACIONAIS BRASIL VOLTA AO MUNDO SEGURO VIAGEM

Lembrou do **seguro viagem**? Ele é muito importante e **obrigatório nos países da Europa** que fazem parte do Tratado de Schengen e também em Cuba e Venezuela. Nos demais países também é recomendável a contratação, pois não podemos prever incidentes. **Leia sobre minha internação na Tailândia**. No caso dos Estados Unidos, por exemplo, o custo médico diário de uma internação fica na faixa dos US\$2.000 (caríssimo). Para os EUA a contratação de um seguro com cobertura de US\$1 milhão não é exagero. Além disso, o seguro é super útil nos casos de cancelamento de viagem e extravio de bagagem (para citar alguns exemplos). Uso o seguro da **Assist Card** (vendido com desconto pela **Real Seguros**) há anos. Precisei utilizar 4 vezes durante minha volta ao mundo e sempre fui muito bem atendida. Você pode cotar com eles sem compromisso e, caso opte pela contratação, pode pagar em 6 vezes sem juros no cartão ou com desconto de 5% no pagamento à vista.

Cada vez que você reserva algo com um dos nossos parceiros recebemos uma pequena comissão. Você não paga nada a mais por isso e ainda ajuda o blog a se manter atualizado e com novas dicas de viagem.

Seguro Viagem Europa
Comparação, consultoria e suporte para você contratar o melhor plano para sua viagem!

Clique e confira!

f G+ WhatsApp LinkedIn Email Gosto 1891 Twitter Print +

Fernanda agosto 31, 2016 48 Dicas Europa, Dicas Portugal, Europa, Portugal Portugal

Fonte: Blog Preciso Viajar

Esse é um tipo de anúncio também frequente nos blogs de viagem. O texto explica a importância e necessidade de um seguro de viagem e já direciona o leitor, através de *hyperlink*, para a compra desse seguro. Além disso, a blogueira explica que ela ganha uma comissão com a venda e o leitor não tem custo algum por isso e, graças a essa comissão, o blog se mantém atualizado. Ou seja, é um apelo direto ao leitor sobre a necessidade dessa comissão para que mais viagens possam ser relatadas no blog.

Portanto, percebe-se que os blogs de viagem se distanciaram muito daquela concepção de diário íntimo descompromissado e virou algo que busca atrair cada vez mais leitores/consumidores. Quanto maior o número de acesso, mais chances de ganhos e é nesse cenário que os blogs de viagem se transformaram em empresas e blogueiro tornou-se uma profissão. Essa questão será de grande importância no nosso capítulo analítico, onde serão analisados os efeitos cooperativos dos textos, que podem gerar mais ou menos comentários e visualizações.

Atualmente muitos blogs de viagem funcionam como única fonte de renda de seus blogueiros. Operam realmente como uma empresa, possuem sua logomarca, alguns possuem mascote, e estão presentes nas demais redes sociais, com a intenção principal de ser cada vez mais conhecidos.

Em entrevista à Revista Viagem e Turismo, o blogueiro Rafael Sette Câmara, do *Blog 360 meridianos*, explica que o blog fatura entre R\$10 000 e R\$15 000 por mês e todos da equipe dedicam seis horas por dia para postagens, interação com os leitores e cronograma de viagens. Para eles, o blog é um negócio rentável e eles empenham sua vida profissional a ele.

Com o aumento dos acessos aos blogs, os blogueiros passaram a expandir seu nicho mercadológico para outros serviços como consultoria/assessoria de viagens e venda de guia de viagens. A blogueira Mariana Berutto, do blog *Conexão Paris*, explicou em entrevista à Revista Viagem e Turismo, em 2015, que “o faturamento do site é de R\$100 000 por mês, que vem principalmente da venda de produtos e serviços da marca *Conexão Paris*, no próprio blog”. Ou seja, depois de instalada no mercado a marca do blog, os serviços são ampliados para *e-books*, roteiros especializados, itens temáticos, assessoria para viajar sozinho e para montar seu próprio roteiro, entre outros.

Importante observar que a blogueira refere-se ao seu blog também como *site*, como se fossem a mesma coisa. E realmente é isso que acontece no contexto atual, conforme foi mencionado anteriormente. Os blogs de viagens já não pertencem às antigas plataformas gratuitas de blogs, são *websites* próprios, com domínio exclusivo, programado de acordo com o interesse do blogueiro. Mesmo com formato e conteúdo similares aos *sites*, eles são comumente chamados de blogs.

Considerando então que os blogs de viagem são *sites* de viagem, a subseção seguinte irá tratar da questão do gênero.

1.1.3 Blog de viagem como suporte para híbrido de gêneros

Partindo dos estudos de Bakhtin, onde a língua é vista como prática social dialógica, os gêneros do discurso estão presentes em todas as esferas da atividade humana e são infinitamente ricos, inesgotáveis e heterogêneos. Segundo Bakhtin (2003, p. 262, grifos do autor), “cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*”.

Para Bakhtin, nosso discurso é moldado em forma de diferentes gêneros e por isso devemos conhecê-los para emprega-los de forma correta. “Os gêneros correspondem a situações típicas da comunicação discursiva, a temas típicos, por conseguinte, a alguns contatos típicos dos significados das palavras com a realidade concreta em circunstâncias típicas” (BAKHTIN, 2003, p.293).

Uma vez que a riqueza e a diversidade dos gêneros são infinitas, com a Internet novos gêneros emergiram. De acordo com Palmquist (2005 apud BAWARSHI; REIFF, 2013, p. 201) “não existe uma definição estável de gênero para os documentos da *web*”, ou seja, segundo o autor, a *web* deve ser considerada como “lugar de múltiplos gêneros”.

Conforme foi mencionado anteriormente nesse capítulo, os blogs surgiram como gênero “diário íntimo”, mas com o passar dos anos esse conceito foi mudando e os blogs tornaram-se cada vez mais complexos. Essa mudança também se dá pela evolução tecnológica e social também, por exemplo a popularização dos *smartphones*.

Henring et al. (2005 apud BAWARSHI; REIFF, 2013, p. 203-204) afirmam que os blogs são “um híbrido de gêneros existentes, que se tornam únicos pelas características particulares dos gêneros fontes que adaptam e por suas possibilidades tecnológicas particulares”. A partir disso, os autores concluem que “ a natureza flexível e híbrida do formato blog significa que ele pode expressar uma ampla gama de gêneros, de acordo com as necessidades comunicativas dos usuários”.

Considerando então, essa concepção de “híbrido de gêneros”, seria possível elencar alguns gêneros presentes nos blogs de viagem, considerando todo o hipertexto que compõe o blog (postagem, comentários, publicidade e *hyperlinks*): depoimentos, desabafos, contos, comentários, relatos pessoais, reportagem, debate, discussão, conversa, opinião, citação de outros posts/blogs, propaganda, biografia(s) do blogueiro(s), guia de viagem, roteiro de viagem, entre outros.

Miller e Shepherd (2004 apud BAWARSHI; REIFF, 2013, p. 202) defendem que “o blog é um híbrido retórico complexo com impressões genéticas de gêneros antecedentes, tais como diário, os serviços de clipagem, os panfletos políticos, os livros de citações e até mesmo os diários de bordo dos navios.” Ou seja, de acordo com os autores, os blogs funcionam como uma hibridização de diferentes gêneros.

A partir dessas considerações, percebemos que não podemos definir apenas um único “gênero blog”, e sim o blog como um espaço híbrido de gêneros. De acordo com Marcuschi (2003b, p.9) todo texto precisa ser apresentado de alguma maneira, suporte é a forma material conforme o texto se apresenta. “A tese central é a de que todo gênero tem um suporte” (MARCUSCHI, 2003b, p.9).

Intuitivamente, entendemos aqui como suporte de um gênero um locus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto. Numa definição sumária,

pode-se dizer que suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto. (MARCUSCHI, 2003b, p.11);

Marcuschi (2003b, p. 12) acrescenta à sua definição três características do suporte: “suporte é um lugar físico ou virtual, suporte tem formato específico, suporte serve para fixar e mostrar o texto”. É a partir dessas considerações que os blogs podem ser definidos como “locus” virtual dos diversos gêneros que já foram citados anteriormente.

Como já foi mencionado, os blogs já viraram *websites*, em formato e conteúdo, possuem seus próprios domínios e as plataformas gratuitas, como a Blogger, são pouco utilizadas atualmente. Marcuschi (2003b, p. 34) considera as *homepages*¹⁸ como suporte. Tanto as *homepages* como os blogs funcionam como suporte para diversos e inúmeros gêneros.

As diferentes possibilidades de escrita são criadas pelas maneiras como as pessoas podem agir dentro das virtualidades dos espaços projetados. Dessa forma, um site como um blog não é um gênero coeso. É um espaço desenhado com muitos usos potenciais. Blogs políticos, blogs de viagem e blogs de resenhas podem desenvolver gêneros específicos, mas, em si, um blog não é um gênero: não é uma forma de linguagem – ao contrário, é um espaço para a linguagem (BARTON; LEE, 2015, p. 97).

Considerando, então, o blog como um espaço para linguagem, essa pesquisa irá abordar o blog como suporte para diferentes gêneros. Uma vez que no mesmo blog é possível encontrar textos de diferentes gêneros, não podemos generalizar e caracterizá-lo como apenas “gênero blog”.

Importante salientar, que a própria questão de rotular, categorizar não é importante para Bakhtin, que considera mais o funcionamento da língua do que a definição e classificação. Independente se consideramos gênero ou suporte, o que importa é a língua em funcionamento em um ambiente virtual, com suas características próprias.

Nas subseções seguintes, discutiremos algumas questões específicas da escrita *on-line* e sua relação com a oralidade.

1.2 Interfaces entre o oral e o escrito

¹⁸ *Homepage* é a página inicial de entrada em um *website*. Tal palavra é também usada como sinônimo de *website*.

As inovações tecnológicas, cada vez mais presentes em nossas atividades cotidianas, trazem mudanças no comportamento das pessoas, na forma de se comunicar e, principalmente no uso da linguagem. Considerando as práticas de uso *on-line* da linguagem, em especial os blogs de viagem, objeto de estudo dessa pesquisa, percebe-se que as atividades de interação acontecem por meio da leitura e escrita, mas essa escrita apresenta formas linguísticas que se aproximam da linguagem falada.

Concebendo essas interações *on-line* como discurso eletrônico, Souza faz as seguintes observações:

[...] o discurso eletrônico pode assumir formas que guardam extrema semelhança com o discurso oral, sendo portanto uma modalidade de uso da linguagem que frequentemente escapa a um enquadramento que se sustente em noções convencionais sobre a escrita e a oralidade (SOUZA, 2010, p. 16).

A partir dessas considerações, é preciso repensar as relações entre a linguagem falada e a linguagem escrita. Apesar da escrita estar ligada a uma certa notoriedade nas sociedades letradas, não é possível afirmar que existe uma superioridade da escrita sobre a fala, uma vez que ambas possuem importância crucial nas práticas sociais contemporâneas:

[...] a supremacia cognitiva da escrita não passa de um mito e se deve a questões políticas e sociais de prestígio, em que tanto a fala quanto a escrita são imprescindíveis na sociedade atual, em que fala e escrita não são sistemas cognitivos paralelos e sim modos complementares de ver e compreender o mundo, em que as duas modalidades devem ser examinadas na perspectiva de sua organização textual-discursiva e em que há entre fala e escrita graus ou posições intermediárias de variação (BARROS, 2000, p.57).

Mesmo afirmando que não existe supremacia entre a linguagem falada e a linguagem escrita, é preciso destacar o ponto de vista cronológico. A língua oral é anterior à língua escrita. Os seres humanos têm contato primeiramente com a língua oral e posteriormente aprendem a escrever. Além disso, a língua oral é utilizada pela maior parte da humanidade, o que não é o caso da escrita.

Koch (2003, p. 77) elenca as características mais frequentes que distinguem as modalidades falada e escrita:

- Fala: não-planejada, fragmentada, incompleta, pouco elaborada, predominância de frases curtas, simples ou coordenadas, pouco uso de passivas, etc.
- Escrita: não-planejada, não-fragmentada, completa, elaborada, predominância de frases complexas, com subordinação abundante, emprego frequente de passivas, etc.

Acontece que essas diferenças não podem ser estanques e características apenas de uma ou outra modalidade. Apesar da fala e da escrita terem características próprias, elas não devem ser vistas dessa maneira dicotômica.

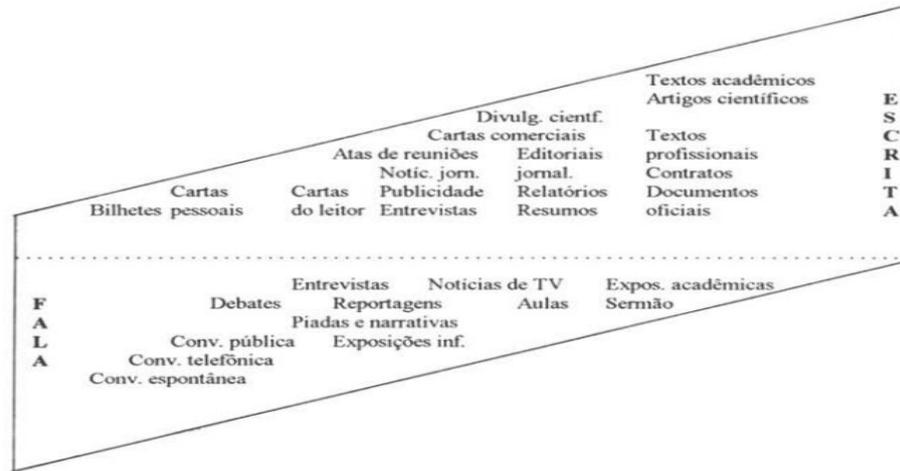
Hilgert (2000, p. 21) afirma que a dicotomia existe apenas como formas de manifestação, a fala é fônica e a escrita é gráfica. Já na perspectiva conceitual, “os gêneros de texto, dos falados aos escritos e vice-versa, distribuem-se ao longo de um *continuum* tipológico” (HILGERT, 2000, p. 21).

Marcuschi (2007, p. 37) defende que “as diferenças entre fala e escrita se dão dentro do *continuum* tipológico das práticas sociais de produção textual e não na relação dicotômica de dois pólos opostos”. Dessa maneira, é possível observar que entre a escrita e a fala existem posições intermediárias, que podem ser melhor explicadas da seguinte forma:

[...] existem textos escritos que se situam, no contínuo, mais próximos ao pólo da fala conversacional (bilhetes, cartas familiares, textos de humor, por exemplo), ao passo que existem textos falados que mais se aproximam do pólo da escrita formal (conferências, entrevistas profissionais para altos cargos administrativos e outros), existindo, ainda, tipos mistos, além de muitos outros intermediários (KOCH, 2001, p. 61-62).

Ou seja, as diferenças entre fala e escrita vão muito além de apenas duas extremidades totalmente diferentes. Marcuschi (1997, p. 137) elabora um gráfico exemplificando esses contínuos entre o oral e o escrito, através da distribuição dos gêneros:

Quadro 1 – Distribuição dos Gêneros Textuais no contínuo



Fonte: Marcuschi, 1997, p. 137

A partir desse gráfico, é possível perceber que existem gêneros orais que se aproximam mais dos gêneros escritos, como sermão e exposição acadêmica, e gêneros escritos que se aproximam mais dos gêneros orais, como as cartas e os bilhetes pessoais. E nesse ínterim estão os demais gêneros que se aproximam mais ou menos do oral e do escrito e vice-versa.

Tratando as relações entre fala e escrita como fenômeno interativo e dinâmico, numa perspectiva dialógica, Marcuschi (2007, p. 32) aponta as seguintes características que tanto a fala como a escrita apresentam: “dialogicidade, usos estratégicos, funções interacionais, envolvimento, negociação, situacionalidade, coerência, dinamicidade”.

Barton (2001 apud BARTON; LEE, 2015, p. 30) explica que “as atividades das pessoas em todas as áreas da vida social, na vida cotidiana, na educação e nos locais de trabalho são textualmente mediadas”. Com o uso cada vez maior de recursos *on-line*, novos e diferentes espaços de escrita estão surgindo, inclusive novos gêneros e suportes, que serão tratados posteriormente.

1.3 A escrita e o mundo digital

As inovações tecnológicas na área da informação e comunicação trouxeram mudanças significativas no cotidiano das pessoas, em especial, mudanças que facilitam as atividades diárias e as práticas comunicativas. Os *smartphones*, por exemplo, são pequenos aparelhos que funcionam como telefone, navegador por satélite, câmera fotográfica e filmadora, aparelho para ouvir música e gravar áudio, além da facilidade ao acesso à internet móvel, entre vários outros usos.

Aparelhos como esse são usados por grande parte da população e cada vez mais seu uso é considerado indispensável. Mas esse é apenas um exemplo, as novas tecnologias digitais estão presentes das mais diversas formas nas atividades cotidianas das pessoas, causando impacto direto nas relações sociais e comunicacionais.

Essa pesquisa analisará as interações virtuais a partir do paradigma da convergência midiática, proposto por Jenkins (2008) e fundamentado em três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva.

i) **Convergência dos meios de comunicação:** Não apenas são introduzidos elementos tecnológicos novos, como eles se convergem com os já existentes e tornam-se cada vez mais utilizados e necessários aos consumidores.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p. 27).

ii) **Cultura participativa:** Não existe mais apenas os produtores e os consumidores de mídias separadamente, agora todos podem ser considerados participantes interagindo. “A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 28).

iii) **Inteligência coletiva:** é a combinação das habilidades coletivas de cada um. “Nenhum de nós pode saber de tudo, cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades” (JENKINS, 2008, p. 28).

A partir desses conceitos, percebe-se que com todas essas transformações midiáticas e tecnológicas, “surgem novas formas de ser, de se comportar, de discursar, de se relacionar, de se informar, de aprender. Novos tempos, novas tecnologias, novos textos, novas linguagens” (ROJO; BARBOSA, 2015, p. 116).

É nesse cenário de transformações advindas da tecnologia que surge o conceito de *hipermodernidade*, que, de acordo com Rojo e Barbosa (2015, p. 117) é a renovação e desdobramento contínuo dos princípios da modernidade, que são “racionalidade técnica ou

desenvolvimento tecnológico-científico, economia de mercado, valorização da democracia e extensão da lógica individualista”. E os desdobramentos dessa hipermodernidade geram contextos *hiper* em diversas áreas da sociedade: “No contexto da hipermodernidade, o prefixo se desloca, se recoloca ou se instala em outros contextos: hipercomplexidade, hiperconsumismo e hiperindividualismo (além de hipertexto e hipermídia, dentro outros)” (ROJO; BARBOSA, 2015, p. 118).

A partir desse contexto, considerando as atividades *on-line*, podemos afirmar que tais avanços tecnológicos não só transformam a vida das pessoas como refletem também no uso da linguagem e das práticas comunicativas.

Antes de discorrer sobre a importância da linguagem no universo *on-line*, é preciso contextualizar a chamada *Web 2.0*, geração da internet em que os usuários podem criar, publicar e compartilhar seu próprio conteúdo *on-line* além de comentar e opinar sobre publicações pessoais de outros, conhecidos ou não. Barton e Lee (2015, p. 22) explicam que a ideia central da *Web 2.0* “é a de rede social, ou seja, participação e colaboração nas comunidades de usuários”. As gerações de internet são explicadas da seguinte maneira:

A primeira geração da Internet (WEB 1.0) principalmente dava informação unidirecional (de um para muitos), como na cultura de massa. Com o aparecimento de sites como Facebook e Amazon, a WEB tornou-se cada vez mais interativa. Nesta *web 2.0*, são principalmente os usuários que produzem conteúdos em postagens e publicações, em redes sociais como Facebook, Twitter, Tumblr, Google+, na Wikipédia, em redes de mídia como YouTube, Flickr, Instagram etc. À medida que as pessoas se familiarizaram com a *web 2.0*, foi possível a marcação e etiquetagem de conteúdos dos usuários que abrem caminho para a próxima geração da internet: *web 3.0*, a dita internet “inteligente”. (ROJO; BARBOSA, 2015, p. 119)

Considerando então esse contexto atual de uso da internet onde a interatividade é fundamental, essa pesquisa irá observar algumas características da linguagem nos contextos de uso da internet atual (*Web 2.0*), com ênfase no texto escrito, mas sem desconsiderar todas as características multimodais presentes nesse meio, em especial nos blogs de viagem, objeto de estudo dessa pesquisa. Os blogs de viagem são importantes exemplos da *Web 2.0*, pois os blogueiros compartilham suas experiências de viagens e os leitores colaboram, através da ferramenta comentários, também compartilhando experiências ou esclarecendo dúvidas. Os

conceitos de cultura participativa e inteligência coletiva (JENKINS, 2008) ficam bem evidentes nas análises dos blogs de viagem, conforme veremos no terceiro capítulo.

Voltando a tratar da linguagem no uso das novas mídias criada pelas tecnologias, Barton e Lee (2015, p.30) afirmam que “o mundo é cada vez mais mediado pelo texto¹³, e a *web* é parte essencial dessa mediação textual”, ou seja, as práticas sociais cotidianas estão cercadas pela escrita, seja nos meios de transporte, nas empresas, nos pontos turísticos, nos esportes, de uma forma ou de outra a linguagem escrita está presente e com o avanço das tecnologias, surgiram também novos e diferentes espaços de escrita. (BARTON; LEE, 2015, p. 30).

Assim, se a maioria das práticas sociais na atualidade envolve, de alguma maneira, a linguagem escrita, no ambiente *on-line* não é diferente. A escrita passa a ser mais usada e usada de maneiras distintas.

Textos são centrais para o mundo *on-line*. A mudança para um mundo digital significa que os textos e a produção textual estão mais difundidos em todos os domínios da vida. [...] O mundo *on-line* está sendo constantemente escrito, seja na forma de *sites* de um único autor, de *wikis* escritos colaborativamente, ou apenas um breve comentário num site de rede social (BARTON; LEE, 2015, p. 43).

Essa centralidade que a escrita ocupa no âmbito *on-line* traz reflexos no discurso eletrônico. E é importante ressaltar que esse discurso eletrônico apresenta características e estratégias linguísticas próprias desse meio de comunicação. “ O texto escrito na internet não apresenta as características dos gêneros impressos/escritos tradicionais. Ao invés disso, muitas vezes, mostra muito mais a espontaneidade e a informalidade da fala” (ALVES, 2010, p. 150). Ou seja, as interações que antes dependiam do telefone, correio ou face a face atualmente podem ser feitas via aparelhos eletrônicos, “os serviços de comunicação na internet servem como substituto escrito para a conversação” (ALVES, 2010, p. 151). Além disso, merece destaque o fato que a escrita na Web 2.0 é multimodal, como explicaremos melhor mais adiante.

Esse aspecto híbrido da comunicação mediada pelo computador (CMC) pode ser percebido com maior ou menor intensidade, de acordo com a situação de uso. Há variedades de acordo com

¹³ Entendemos por texto, nesse estudo, a definição proposta por Tavaglia (2008, p.67) “[...] uma unidade linguística concreta (perceptível pela visão ou audição), que é tomada pelos usuários da língua (falante, escritor/ouvinte, leitor), em uma situação de interação comunicativa específica, como uma unidade de sentido e como preenchendo uma função comunicativa reconhecível e reconhecida, independentemente de sua extensão”.

os usuários e com as diferentes plataformas *on-line* e serão melhor analisadas, a partir do nosso *corpus*, no terceiro capítulo.

Continuando as considerações sobre as particularidades específicas da escrita na internet, Barton e Lee (2015, p. 16) elencam alguns traços característicos da linguagem *on-line*, também chamada de “internetês”:

- acrônimos e siglas (ex: PFV para “por favor”; rs para “risos”)
- reduções de palavras (por exemplo, blz para “beleza”; vc para “você”; q para “que”; kd para “cadê”);
- homófonos letra/número (por exemplo, U para “you” e 2 para “to”),
- grafia estilizada (por exemplo, “eu estou muuuuuuuuito feliz!)
- *emoticons* (por exemplo, ☺ e ☹),
- pontuação não convencional/estilizada (por exemplo, “!!!!!!!”, “.....”).

Esses traços típicos da escrita *on-line* (que é também composta por ícones, como os *emoticons*) aparecem com mais ou menos frequência de acordo com o perfil do usuário, da situação de uso e da plataforma utilizada. Por exemplo, é mais comum encontrar esses traços em conversas informais com amigos do que em conversas profissionais, que exigem maior formalidade.

Dessa forma, podemos afirmar que a característica fundamental da comunicação *on-line* na Web 2.0 é a multimodalidade. Rojo e Barbosa (2015, p. 108) definem texto multimodal da seguinte maneira:

Texto multimodal ou multissemiótico é aquele que recorre a mais de uma modalidade de linguagem ou a mais de um sistema de signos ou símbolos (semiose) em sua composição. Língua oral e escrita (modalidade verbal), linguagem corporal (gestualidade, danças, *performances*, vestimentas – modalidade gestual), áudio (música e outros sons não verbais – modalidade sonora) e imagens estáticas e em movimento (fotos, ilustrações, grafismos, vídeos, animações – modalidades visuais) compõem hoje os textos da contemporaneidade, tanto em veículos impressos como, principalmente, nas mídias analógicas e digitais.

Ou seja, os textos multimodais combinam o verbal com o áudio-visual de diferentes maneiras e podem oferecer inúmeros sentidos para públicos de todos os tipos. E esse é um elemento essencial e muito importante nos textos *on-line*.

Mesmo dentro desse contexto, a escrita ainda possui relevância no discurso eletrônico, “[...] por mais multimodais que sejam os textos *on-line*, a palavra escrita ainda é central para todas as formas de interação *on-line* e criação de conteúdo” (BARTON; LEE, 2015, p. 55-56). No caso dos

blogs de viagem, mesmo com a presença de inúmeras fotos, vídeos e demais conteúdos multissemióticos, a interação do leitor é feita através da linguagem escrita, como já foi explicado no início deste capítulo.

Após essas considerações sobre os blogs e o discurso eletrônico, trataremos, no próximo capítulo sobre algumas reflexões teóricas sobre os estudos da língua em uso.

2 LINGUAGEM E INTERAÇÃO

2.1 A linguagem em uso

No início do século XX, o professor da Universidade de Genebra, Ferdinand de Saussure, inicia seus estudos investigativos sobre a linguagem, denominados Linguística, que passa a ser reconhecida como estudo científico. Com a publicação de *Curso de linguística geral* (1916), as pesquisas linguísticas começam a se dividir em relação aos estudos de língua e fala. A perspectiva formalista estuda a língua como sistema e estrutura, entendendo-a como objeto autônomo. Saussure faz uma distinção entre *langue* (língua) e *parole* (fala). A *langue* envolve a descrição do conjunto de regras e convenções da comunicação e a *parole* seria o uso individual e concreto da língua, que é acessória e acidental. Para Saussure, a língua deve ser estudada por si própria e é considerada uma estrutura constituída por uma rede de elementos com valores determinados em cada elemento. Esses estudos deram origem à teoria linguística chamada Estruturalismo.

No final da década de 1950, o linguista americano Noam Chomsky propõe a Teoria Gerativa, que descreve e explica algumas características particulares do conhecimento linguístico adquirido e desenvolvido nos primeiros anos de vida de um ser humano, independentemente de sua instrução. Chomsky segue essa tendência formalista da língua e desenvolve uma teoria que privilegia a competência linguística ou gramatical sobre o desempenho (*performance*) supondo um falante e ouvinte ideais em comunidade linguística homogênea, em situações hipotéticas. Ou seja, o que está relacionado à heterogeneidade da língua se limita à esfera da realização, do desempenho (*performance*). Chomsky desvincula comportamento linguístico das relações entre língua e sociedade.

Já os estudos que focam a linguagem numa perspectiva sociointeracionista e funcional, buscam observar as condições de uso da língua em contextos reais de comunicação. Ou seja, a língua não é vista de maneira isolada, passa-se a considerar a competência comunicativa ou pragmática, refletindo sobre as relações entre forma e função, fatores gramaticais e sociais.

Como já mencionamos anteriormente, essa pesquisa pretende estudar o uso da língua em contextos reais de comunicação, os blogs de viagem. Para isso, os suportes teóricos da Sociolinguística Interacional e da Análise da Conversação subsidiarão nossas reflexões e análises, uma vez que estudam o significado em situações de interação.

Importante ressaltar que essas teorias a serem mobilizadas para a análise dos blogs de viagem consideram importante o cenário extralinguístico, onde os fatores socioeconômicos e culturais envolvidos na comunicação, os efeitos de afetividade produzidos e o modo como a interação é estabelecida são extremamente relevantes.

Considerando a importante relação entre a estrutura da linguagem e seu uso, a pragmática linguística, que provém de estudos na área de filosofia, antropologia, sociologia, psicologia e sociolinguísticas, é uma área ampla e diversificada, que muito colaborou para os estudos da Sociolinguística Interacional e da Análise da Conversação.

Pinto (2002, p. 47) define pragmática como a ciência que estuda “o uso concreto da linguagem, com vistas em seus usuários e usuárias, na prática linguística; e, de outro lado, estuda as condições que governam essa prática”. Levando em consideração, portanto, o uso da língua em situações reais de comunicação, Marcondes (1992 apud WILSON, 2011, p. 89) explica:

Quando a linguagem é adquirida, o que se adquire não é pura e simplesmente uma língua, com suas regras especificamente linguísticas, mas todo um sistema de práticas e valores, crenças e interesses a ele associados. É nesse sentido que podemos falar da aquisição de uma pragmática.

Distinguindo-se drasticamente do chamado polo formalista da linguagem, a pragmática substitui a concepção de competência gramatical, regulada no conceito abstrato e ideal da língua e dos indivíduos e é entendida como a teoria do uso linguístico. “O estudo do uso é absolutamente necessário, pois há palavras e frases cuja interpretação só pode ocorrer na situação concreta de fala”. (FIORIN, 2010, p.166).

Dessa maneira, percebe-se que os estudos pragmáticos pretendem analisar a linguagem, considerando os conceitos de sociedade, comunicação, interação e uso linguístico, conceitos que haviam sido desprezados pela Linguística saussureana. “A Pragmática estuda a relação entre a estrutura da linguagem e seu uso, o que fora deixado de lado pelas correntes anteriores da Linguística, que criaram outros objetos teóricos” (FIORIN, 2010, p.166). A pragmática considera que o sentido existe em função da interação.

O estudo do uso é extremamente fundamental e necessário porque na troca verbal da comunicação diária, o sentido vai além do significado das palavras. Fiorin (2010, p. 166) ilustra essa situação da seguinte maneira:

Quando se diz a alguém: Você tem fogo?, não se está perguntando simplesmente a ele se dispõe de um objeto com o qual se possa acender alguma coisa, mas se está pedindo que empreste esse objeto, porque se pretende acender um cigarro etc. Seria muito estranho que a pessoa respondesse pura e simplesmente Tenho e não pegasse o isqueiro ou os fósforos para passar à pessoa que perguntou.

É importante ressaltar os precursores dos estudos da linguagem em uso: Austin, Bakhtin e Goffman. A partir de suas ideias, começou-se a pensar no enunciado “concreto” e não mais aquela ideia abstrata da língua que foi objeto de estudo de Saussure. A Teoria dos atos de fala de Austin (1962), procedente da filosofia da linguagem, é um modelo teórico desenvolvido dentro do campo de investigação da pragmática, considerando a linguagem como forma de ação social.

Bakhtin (2003) focou seus estudos na interação e no diálogo entre os interlocutores. Para ele, a unidade fundamental da linguagem é a interação verbal. Goffman (2009) observa a língua através de uma abordagem sociológica, também focado na interação. Os estudos desses três autores serão brevemente apresentados nesse capítulo, uma vez que suas contribuições foram de grande importância para o desenvolvimento das teorias sobre o uso e a interação na linguagem, em especial a Sociolinguística Interacional e a Análise da Conversação, teorias nas quais essa pesquisa está ancorada.

2.1.1 Teoria dos atos de fala

O filósofo inglês John Austin, em seu livro *Quando dizer é fazer* (1962) desenvolve a teoria dos atos de fala, que “[...] concebe a linguagem como uma *atividade* construída pelos/as interlocutores/as, ou seja, é impossível discutir linguagem sem considerar o ato de linguagem, o ato de estar falando em si – a linguagem não é assim descrição do mundo, mas ação”. (PINTO, 2002, p. 57, grifos do autor).

Austin observa que nem sempre os enunciados são constativos, ou seja, descrevem o estado das coisas e são verdadeiros ou falsos. A partir disso, ele introduz o conceito de performativo, “[...] derivado do verbo inglês *to perform*, verbo correlato do substantivo ‘ação’, e indica que ao se emitir o proferimento está-se realizando uma ação, não sendo, conseqüentemente, considerado um mero equivalente a dizer algo” (AUSTIN, 1990, p. 25). Ou seja, os performativos não descrevem nada, portanto não são verdadeiros nem falsos, eles correspondem à execução de uma ação (quando são realizadas), conforme exemplos:

- (a) “Aceito (*scilicet*), esta mulher como minha legítima esposa” – do modo como é proferido no discurso de uma cerimônia de casamento.
- (b) “Batizo este navio com o nome de *Rainha Elizabeth*” – quando proferido ao quebrar-se a garrafa contra o casco do navio.
- (c) “Lego a meu irmão este relógio” – tal como ocorre em um testamento
- (d) “Aposto cem cruzados como vai chover amanhã”.

Estes exemplos deixam claro que proferir uma dessas sentenças (nas circunstâncias apropriadas, evidentemente) não é descrever o ato que estaria praticando ao dizer o que disse, nem declarar que o estou praticando: é fazê-lo (AUSTIN, 1990, p. 24, grifos do autor).

É significativo salientar que as circunstâncias de enunciação também são importantes no contexto dos performativos, uma vez que um performativo pronunciado em circunstâncias inadequadas é nulo.

Além do proferimento das palavras chamadas performativas, muitas outras coisas em geral têm que ocorrer de modo adequado para podermos dizer que realizamos, com êxito, a nossa ação. Quais são essas coisas esperamos descobrir pela observação e classificação dos tipos de casos em que algo *sai errado* e nos quais o ato – isto é, casar, apostar, fazer um legado, batizar, etc. – redunde, pelo menos em parte, em fracassar. Em tais casos não devemos dizer de modo geral que o proferimento seja falso, mas malgrado. (AUSTIN, 1990, p. 30, grifos do autor).

Segundo Austin, ao dizer algo, três atos simultâneos são executados: o ato locucionário, o ato ilocucionário e ato perlocucionário. “A esse ato de ‘dizer algo’ nesta acepção normal e completa chamo de realização de um ato locucionário” (AUSTIN, 1990, p. 85). Já o ato ilocucionário é a “[...] a maneira e o *sentido* em que estávamos “usando” a fala nessa ocasião” (AUSTIN, 1990, p. 88) e o ato perlocucionário é quando o falante realiza um ato que pode ser descrito fazendo-se referência, meramente oblíqua ou mesmo sem fazer referência alguma à realização do ato locucionário ou ilocucionário (AUSTIN, 1990, p. 90). Fiorin (2010, p. 173) resume da seguinte maneira: “O ato locucionário é o que se realiza enunciando uma frase, é o ato linguístico de dizer. O ilocucionário é o que se realiza na linguagem. O perlocucionário é o que se realiza pela linguagem”. É o ato ilocucional que é primordial para Austin, uma vez que possui a força performativa, correspondendo ao ato efetuado ao se dizer algo. Já o ato perlocucionário é relativo aos efeitos causados sobre o outro ao dizer algo.

Fiorin (2010, p. 173) explica que John Searle (1981) ampliou os estudos da teoria de Austin classificando os atos ilocucionários em categorias ou tipos básicos. Adotando o conceito de “finalidade ilocutória” para os usos linguísticos, o autor enfatiza que “falar uma língua é adaptar

uma forma de comportamento regido por regras” (SEARLE, 1981, p. 81 apud WILSON, 2011, p. 93-94).

Searle mostra que alguns enunciados apresentam força ilocucional diferente e exprimem a mesma proposição. Por exemplo, as seguintes sentenças:

- (a) Pedro come feijão.
- (b) Pedro come feijão?
- (c) Coma feijão, Pedro.
- (d) Ordeno que você coma feijão, Pedro.

Os atos ilocucionais são, nessa ordem, a afirmação, a interrogação, o conselho e a ordem. No entanto, o conteúdo proposicional é sempre o mesmo: Pedro comer feijão.

Searle desenvolve outros aspectos da teoria austiniana, estuda de maneira aprofundada a classificação dos atos ilocucionais, listadas por Wilson (2011, p. 60-61) da seguinte maneira:

- 1) Atos assertivos: dizer às pessoas como as coisas são, comprometendo com a verdade. Por exemplo: “O *boomerangue* é um ícone do consumo responsável”.
- 2) Atos diretivos: tentativa de levar as pessoas a fazer coisas. Por exemplo: convidar, sugerir, aconselhar, ordenar, exigir, etc.
- 3) Atos expressivos: expressão de sentimentos e atitudes. Por exemplo: agradecer, desculpar-se, lamentar (-se), etc.
- 4) Atos comissivos: efeito de produzir mudança por meio do que dizemos. Por exemplo o convite e a promessa.
- 5) Atos declarativos: podem promover uma mudança na realidade mas dependem de situações extralinguísticas, como instituições ocupadas por falantes e ouvintes. Por exemplo: o ato de batizar, de uma sentença judicial, “eu defino”, “eu nomeio”, “eu abrevio”, “eu vos declaro marido e mulher”.

Searle deixa claro a distinção entre *ato* ilocucionário e *verbo* ilocucionário. Nem sempre apenas os verbos ordenar, interrogar, prometer, ameaçar determinam o ato ilocucionário. Fiorin (2010, p. 174) explica que “[...] muitas vezes, os atos ilocutórios são expressos indiretamente, são os chamados atos de fala indiretos. Por exemplo, quando alguém está atrasado, pode dizer Desculpem-me pelo atraso ou O trânsito está terrível”. Esse exemplo mostra que o pedido de desculpas, no segundo caso, foi expresso indiretamente, a partir de uma justificativa.

O mesmo ocorre quando uma ordem é expressa sob a forma de um desejo, como em “Eu queria uma bala” ou “Você tem uma bala?”, Fiorin (2010, p. 174) afirma que “o falante vale-se dos atos de fala indiretos para minimizar a força da ordem, para não constranger o interlocutor com um pedido direto etc.”.

É importante observar esses atos de fala na situação de interação. Considerando a concepção dialógica do discurso, cada ato de fala é parte de uma troca linguística e por isso é importante esse entendimento mútuo entre os falantes para que os atos de fala sejam possíveis e eficazes. Wilson (2011, p. 96) afirma:

Várias questões – como o número e o tipo de atos que se acham envolvidos numa situação particular, o tipo de contexto que vai requerer do sujeito um domínio das regras e convenções (competência pragmática) para se ajustar a elas ou mesmo para rompê-las, para exprimir seus sentimentos explicitamente ou não, para omiti-los, reprimi-los, dissimulá-los – fazem parte do contexto dos atos de fala em processos interacionais.

Os estudos dos Atos de fala de Austin mostram a responsabilidade que decorre da fala e exercem grande importância no desenvolvimento das teorias sobre o uso e a interação na linguagem, entre elas, a Análise da Conversação e a Sociolinguística Interacional, que serão discutidas posteriormente, nesse capítulo.

2.1.2 O enunciado concreto

Os estudos de Bakhtin sobre o diálogo e a interação são importantes para as reflexões sobre o uso da linguagem. Segundo o autor, os participantes de uma comunicação se modificam, se transformam e se constroem na comunicação.

Ao contrário de Saussure, que considera a língua sistemática, homogênea e com pouca relação com o exterior, Bakhtin (1988 [1929], p. 36) explica que “a palavra é fenômeno ideológico por excelência”. E a respeito dos signos ideológicos afirma:

[...] em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios. O signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes. Sabemos que cada palavra se apresenta como uma arena em miniatura onde se entrecruzam e lutam os valores sociais de interação contraditória. A palavra revela-se, no momento de sua expressão, como produto da interação viva das forças sociais (BAKHTIN, 1988 [1929], p. 46).

A partir dessa citação é possível perceber que, segundo o autor, a língua promove traços de discursos ideológicos que podem ser opostos e contraditórios, uma vez que o mesmo sistema linguístico é utilizado por classes sociais diferentes e produzem discursos ideologicamente diferentes.

Bakhtin (1988, p 95) afirma que a palavra é repleta de conteúdo e sentido ideológico e vivencial. “Na realidade, não são palavras o que pronunciamos e escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis etc”. Ou seja, Bakhtin começou a pensar a língua além do sistema abstrato e normativo de Saussure.

Mendonça (2009, p. 240) esclarece que “para Bakhtin, não há discurso ‘individual’, no sentido em que todo discurso se constrói em função de um outro, todo discurso se constrói no processo de interação – real e imaginária”. Por isso Bakhtin teve um papel importante nos estudos da interação.

“Todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem” (BAKHTIN, 2003, p.261), daí a importância de se considerar a língua em uso, uma vez que esse uso pode ser tão diversificado e complexo quanto os variados campos da atividade humana.

Os estudos de Bakhtin foram muito significativos para o desenvolvimento das teorias da Análise da Conversação e da Sociolinguística Interacional pois mostraram que a interação verbal é a realidade fundamental da linguagem. Além desses estudos precursores do dialogismo, Goffman, ao analisar a língua através da sociologia da comunicação, teve um papel relevante nos estudos da interação, como será discutido no tópico a seguir.

2.1.3 O que está ao redor da fala

Erving Goffman possui também uma contribuição importante nos estudos do comportamento verbal e da interação. Como sociólogo da situação, passa a dar uma abordagem mais sociológica nos estudos da linguagem, em especial ao interacionismo.

Goffman (2009, p. 23) define a interação face a face como “[...] a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata”, ou seja, segundo o autor, as pessoas “atuam” em presença de outras pessoas, durante a interação, afim de transmitir a impressão desejada, são os chamados processos de figuração. Por isso o autor usa a metáfora da representação teatral para referir-se ao uso da linguagem na vida social. Para ele, “o mundo, na verdade, é uma reunião” (GOFFMAN, 2009, p. 41).

Através dos estudos da situação social na interação, Goffman (2009, p.12) explica a relevância da expressividade no indivíduo, ou seja, sua capacidade de causar uma impressão no outro no ato da fala. Essa expressividade compreende duas atividades significativas, a expressão transmitida e a expressão emitida, explicadas pelo autor da seguinte maneira:

A primeira abrange os símbolos verbais, ou seus substitutos, que ele usa propositadamente e tão-só para veicular a informação que ele e os outros sabem estar ligada a esses símbolos. Esta é a comunicação no sentido tradicional e estrito. A segunda inclui uma ampla gama de ações, que os outros podem considerar sintomáticas do ator, deduzindo-se que a ação foi levada a efeito por outras razões diferentes da informação assim transmitida (GOFFMAN, 2009, p. 12).

Dessa forma, verifica-se a importância da expressividade do indivíduo na interação, que não significa apenas o uso dos signos linguísticos, mas também as expressões faciais, os gestos e demais ações paralinguísticas ao longo do ato comunicacional.

Além disso, Goffman (1980) estuda os procedimentos de preservação da face na comunicação. Considerando que face é a imagem pública construída, ou seja, a expressão social do eu individual, a interação pode pôr em risco a face. Por isso há estratégias para ameaçar e proteger a face dos interlocutores.

O termo *face* pode ser definido como o valor social positivo que uma pessoa efetivamente reclama para si mesma através daquilo que os outros presumem ser a linha por ela tomada durante um contato específico. Face é uma imagem do *self* delineada em termos de atributos sociais aprovados [...] (GOFFMAN, 1980, p. 76-77, grifos do autor).

Como exemplos de proteção de face, pode-se usar procedimentos que abrandam o discurso, como nas sequências:

- a). Traz aqui agora!
- b). Traz aqui, por favor.
- c). Você poderia trazer aqui?
- d). Será que você poderia trazer aqui, por favor?

Ao usar o imperativo, no exemplo (a), produz efeito de ordem, que pode ameaçar a face do destinatário. No exemplo (b) o discurso é atenuado com o uso do *por favor* e no exemplo (c) com o uso da interrogação e da modalização de possibilidade (*poderia*). Já no exemplo (d), o pedido é atenuado pelo uso de dois modalizadores de possibilidade (*será que* e *poderia*), além do uso do *por favor* e da interrogação.

Essas estratégias de preservação da face são utilizadas com frequência nos blogs de viagem, como será visto em nossas análises, no capítulo seguinte. Percebe-se que a vida social do indivíduo

tem grande influência no uso da linguagem, por isso as pesquisas de Goffman tiveram grande relevância nos estudos da interação.

2.2 A análise da conversação

A conversação é o gênero básico da interação humana e a primeira das formas de linguagem. Marcuschi (2003a, p.7) afirma que a conversação é:

[...] a prática social mais comum no dia-a-dia do ser humano; [...] desenvolve o espaço privilegiado para a construção de identidades sociais no contexto real [...] e exige uma enorme coordenação de ações que exorbitam em muito a simples habilidade linguística dos falantes.

Os textos das postagens e dos comentários nos blogs de viagem possuem muitas características da conversação, mesmo através da mediação pelos aparelhos eletrônicos e do uso da escrita ao invés da fala. É através da ferramenta “comentários” dos blogs de viagem que se pode observar como a interação via *web* se assemelha com as interações face-a-face, onde é possível verificar traços comuns como a organização turno a turno, o uso de marcadores conversacionais e a organização tópica, que serão discutidos posteriormente.

Considerando a natureza essencialmente dialógica da linguagem, a interação é um conceito fundamental nos estudos da Análise da Conversação, que prioriza também os fatores internos e externos de uma situação de fala. “Toda conversação é sempre situada em alguma circunstância ou contexto em que os participantes estão engajados” (MARCUSCHI, 2003a, p. 17). Fávero, Andrade e Aquino (2012, p. 16) apontam para a importância da interação no discurso conversacional: “É na interação e por causa dela que se cria um processo de geração de sentidos, constituindo um fluxo (movimento de avanço e recuo) de produção textual organizado”.

Marcuschi (2003a, p. 17) lista cinco características básicas da conversação:

- (a) Interação entre pelo menos dois falantes;
- (b) Ocorrência de pelo menos uma troca de falantes;
- (c) Presença de uma sequência de ação coordenadas;
- (d) Execução numa identidade temporal;
- (e) Envolvimento numa “interação centrada”

A partir dessas características, é possível definir a conversação como uma interação verbal centrada em que duas ou mais pessoas partilham um mínimo de conhecimento em comum.

Favero et al (2012, p. 18) sintetiza os aspectos significativos de um evento comunicativo da seguinte maneira:

- a) situação discursiva: formal, informal;
- b) evento de fala: casual, espontâneo, profissional, institucional;
- c) tema do evento: casual, prévio;
- d) objetivo do evento: nenhum, prévio;
- e) grau de preparo necessário para efetivação do evento: nenhum, pouco, muito;
- f) participantes: idade, sexo, posição social, formação, profissão, crenças etc;
- g) relação entre os participantes: amigos, conhecidos, inimigos, desconhecidos, parentes;
- h) canal utilizado para a realização do evento: face a face, telefone, rádio, televisão, internet (FÁVERO; ANDRADE; AQUINO, 2012, p. 18).

Importante destacar, a partir dessa citação, o contexto que se encontram os blogs de viagem, objeto de estudo nessa pesquisa. A situação discursiva é informal, o evento de fala é casual e, como o canal utilizado é a internet, há impacto direto nos participantes, que podem ser de variadas idades, sexo, posição social, profissão, crenças etc. Com efeito, o objetivo em comum dos escritores e leitores de blogs de viagem é compartilhar informações relativas às viagens, como já discutimos no capítulo anterior.

A partir das definições apresentadas, verifica-se que o conceito fundamental da conversação é a interação e está diretamente ligado a fatores sociais, ou seja, às ações e sujeitos sociais que são criados nas interações.

Uma vez definida e caracterizada a conversação, apontadas as justificativas para seu estudo, serão apresentados a seguir os conceitos fundamentais da Análise da Conversação.

2.2.1 Organização turno a turno

Marcuschi (2003a, p. 17) explica que Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) criaram um modelo básico para a conversação, baseados no sistema da tomada de turno. “O turno pode ser tido como aquilo que um falante faz ou diz enquanto tem palavra, incluindo aí a possibilidade de silêncio” (MARCUSCHI, 2003a, p. 18).

Na conversação é importante salientar a regra geral básica: *fala um por vez* pois, é preciso que se espere o outro concluir e que os falantes se alternem. A partir disso, a *tomada de turno* é fundamental para a organização estrutural da conversação. O falante A fala e pára, enquanto o

falante B toma a palavra, fala e pára, o falante A retoma a palavra, fala e pára e o B volta a falar e pára, assim por diante. Essa regra básica A-B-A-B é válida para grande parte das línguas, situações e culturas, porém é uma regra violada com frequência, pois há as interrupções, as pausas e hesitações nas conversas reais cotidianas.

A tomada de turno é de grande importância pois é ela que caracteriza a passagem de um turno a outro. Existe grande diversidade de recursos e mecanismos que leva cada falante perceber que o falante corrente completou seu turno, o chamado *lugar relevante*: “A conclusão de um enunciado, a entonação baixa, o olhar fixo por alguns instantes, a pausa, uma hesitação, todos são marcadores, mas não absolutos”. (MARCUSCHI, 2003a, p. 22).

Essa estrutura A-B-A-B de tomada de turno pode ser quebrada com as falas simultâneas, ou seja, dois turnos justapostos e as sobreposições de vozes, que é a fala durante o turno do outro.

Quando ocorre a fala simultânea, são utilizados alguns mecanismos corretivos de tomada de turno. Marcuschi (2003a, p. 23) explica que esses recursos podem ser:

- (a) marcadores metalinguísticos: “espera aí”; “deixe eu falar”; “é a minha vez”; “um momento minha gente”; “depois você fala”; “licença”; “por favor” e muitos outros. [...]
- (b) parada prematura de um falante: um dos dois falantes que iniciaram o turno ao mesmo tempo desiste em favor do outro; [...]
- (c) marcadores paralinguísticos: são recursos como um olhar incisivo, um movimento com a mão ou outro sinal. [...]

As pausas, os silêncios e as hesitações também são importantes na transição de turno conversacional. Elas podem significar um chamado à tomada de turno ou a completar o turno do falante. As hesitações, muitas vezes preenchidas por “ah” ou “hum” servem como um momento de ordenar e planejar internamente o turno.

As reparações e correções são muito frequentes na conversação, elas podem ser feitas pelo próprio falante ou pelo outro. “Corrigimos a nós mesmos ou aos parceiros, fazendo reparos sintáticos, lexicais, fonéticos, semânticos ou pragmáticos. A esse processo convencionou-se chamar de *mecanismo de correção* [...]” (MARCUSCHI, 2003a, p.28, grifos do autor).

2.2.2 Organização de sequências

Como a conversação se dá em turnos alternados, existem algumas sequências que mantêm a conversação coordenada e com cooperação entre os falantes. Schegloff (1972 apud MARCUSCHI, 2003a, p. 35) define como *par adjacente* (ou par conversacional) “uma sequência de dois turnos que coocorrem e servem para a organização local da conversação. Muitas vezes eles representam uma coocorrência obrigatória, dificilmente adiável ou cancelável [...]”.

A pergunta e resposta é o principal par adjacente utilizado na conversação. Urbano et al (1993 apud DIONÍSIO, 2006, p. 86) explica que existem dois tipos de perguntas: as fechadas e as abertas. As fechadas são as que conduzem para uma resposta do tipo sim ou não, ou a recursos que substituem o sim e o não, como “a repetição de verbo da pergunta, o uso de *back-channel*, o uso de certos advérbios e o emprego do verbo topicalizado em negativas [...]” (DIONÍSIO, 2006, p. 86). Já as perguntas abertas são compostas de marcadores interrogativos, geralmente os pronomes *como*, *o que*, *por que*, *alguma* ou advérbio de tempo *quando*, e as respostas devem ser compatíveis com o marcador.

Marcuschi (2003a, p. 35) cita os seguintes exemplos de pares conversacionais, que vão além da pergunta-resposta: “pergunta-resposta, ordem-execução, convite-aceitação/recusa, cumprimento-cumprimento, xingamento-defesa/revide, acusação-defesa/justificativa, pedido de desculpa-perdão”.

Koch (2003, p. 81) menciona a *relevância condicional*, que ocorre quando “a produção do segundo membro do par é relevante nessa situação”. É possível não ocorrer esse segundo membro, como a não resposta a uma pergunta, a uma saudação ou a um convite, mas pode causar situações sociais constrangedoras.

2.2.3 Marcadores conversacionais

O uso de marcadores conversacionais ou discursivos promovem envolvimento entre os interlocutores. Podem ser definidos como “elementos discursivos extremamente frequentes nos textos falados, que fornecem pistas importantes para os interlocutores, visto que eles como que ‘pontuam’ o texto ” (KOCH, 2003, p.123).

Castilho (2014, p. 229) afirma que existem muitas formas de apresentação dos marcadores discursivos: “pelas classes gramaticais, pelo lugar que ocupam no enunciado, pela função que desempenham”. A partir dessa definição, Castilho (2014, p. 229) separa os marcadores linguísticos

(verbais e prosódicos) dos não linguísticos (olhar, riso, expressão corporal) e os reúne de acordo com sua função e colocação no enunciado, conforme Quadro 2 abaixo:

Quadro 2 - Marcadores discursivos: funções e colocação no enunciado

MARCADORES PRAGMÁTICOS OU INTERPESSOAIS (=orientados para o interlocutor)	MARCADORES TEXTUAIS OU IDEACIONAIS (= orientados para o texto)
<p>Iniciais: <i>ah... eh... ahn...</i> <i>olha...</i> <i>e aí, tudo bem?</i> <i>Tudo em cima/riba?</i> <i>Escuta... vem cá...</i> <i>como você sabe...</i> <i>mas...</i></p>	<p>Iniciam o tópico: <i>bom...</i> <i>bem...</i> <i>assim...</i> <i>seguinte...</i> <i>por exemplo...</i> <i>e por falar em...</i> <i>quanto a...</i> <i>você já ouviu a última?</i></p>
<p>Mediais: <i>...é...</i> <i>...é claro...</i> <i>...exato...</i> <i>...tá...</i> <i>...tô entendendo...</i></p>	<p>Recusam o tópico: <i>essa não!</i> <i>Peraí, sem essa!</i> <i>Corta essa!</i> <i>Xi:: lá vem você de novo!</i></p>
<p>Finais: <i>...sabe? sabia?</i> <i>...entende?</i> <i>...compreende?</i> <i>...não é mesmo?</i> <i>...não é? né?</i> <i>...tá?</i> <i>...viu?</i> <i>...pô!</i></p>	<p>Aceitam o tópico: <i>tá bom...</i> <i>vamos lá...</i> <i>ok...</i> <i>fala...</i></p>
	<p>Organizam o tópico: <i>inicialmente...</i> <i>primeiramente...</i> <i>em segundo lugar...</i> <i>em seguida...</i> <i>e então...</i> <i>e aí...</i> <i>agora...</i> <i>e depois...</i> <i>outra coisa...</i> <i>e tem mais...</i></p>
	<p>Operam a mudança de tópico: <i>já (em a agricultura vai bem, a indústria se expandiu, já a situação do emprego não acompanhou esse progresso todo.)</i></p>
	<p>Modalizam o tópico: <i>sim, mas...</i> <i>para mim...</i> <i>eu acho que...</i> <i>parece que...</i> <i>pode ser que...</i> <i>possivelmente...</i></p>

	<i>provavelmente...</i> <i>disque... (=dizem que...)</i> <i>sei lá...</i> <i>não sei...</i> <i>de certa maneira...</i> <i>num certo sentido...</i> <i>basicamente...</i>
	Finalizam o tópico: <i>papapa...</i> <i>e coisa e tal...</i> <i>valeu...</i> <i>é isso aí...</i> <i>falô...</i>

Fonte: CASTILHO, 2014, p. 229-230

Os marcadores pragmáticos são divididos entre os iniciais, mediais e finais, já os marcadores ideacionais sinalizam o início ou o fim do tópico, além de recusar, aceitar, organizar, modalizar e operar a mudança do tópico. A partir desses exemplos é possível verificar como esses marcadores são frequentes e importantes na conversação, alguns sinais apontam para o falante e outros apontam para o ouvinte.

2.2.4 Organização do tópico

Durante uma conversa, há sempre algo sobre o que as pessoas estão falando, o chamado *tópico discursivo*. Dionísio (2006, p. 71) define tópico discursivo como “uma atividade em que há uma certa correspondência de objetivos entre os interlocutores e em que há um movimento dinâmico da estrutura conversacional, fazendo com que o tópico seja um elemento fundamental na constituição do texto oral”.

De acordo com Dionísio (2006, p. 71), as duas propriedades básicas da organização tópica são a *centração* e a *organicidade*. A *centração* é relativa ao conteúdo, do que se diz respeito, enquanto a *organicidade* se refere às relações de interdependência entre os tópicos de uma conversação.

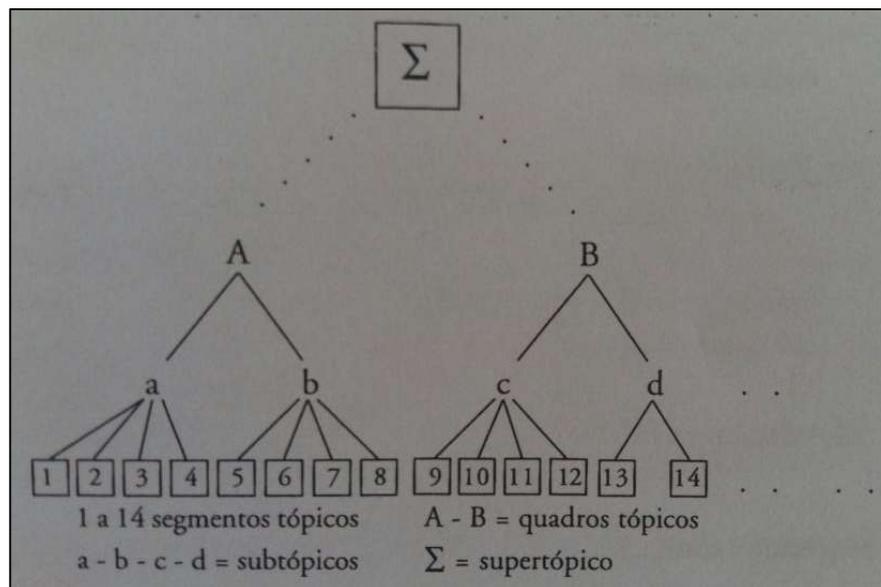
A noção de tópico é bastante complexa pois em apenas um trecho de conversação pode-se encontrar múltiplos tópicos fragmentados em diversos níveis, que podem ser explicados da seguinte maneira:

(...) podemos denominar aos fragmentos de nível mais baixo de *segmentos tópicos*; um conjunto de segmentos tópicos formará um *subtópico*; diversos

subtópicos constituirão um quadro tópico; havendo ainda um tópico superior que englobe vários tópicos, ter-se-á um *supertópico*” (KOCH, 2003, p. 82, grifos da autora).

Essa explicação pode ser melhor compreendida através do diagrama exposta na figura 4 a seguir:

Figura 4 – Diagrama de Tópicos



Fonte: KOCH, 2003, p. 82

Marcuschi (2003a, p. 77) explica que “uma conversação fluente é aquela em que a passagem de um tópico a outro se dá com naturalidade, mas é muito comum que a passagem de um tópico a outro seja marcada”. Esses marcadores de introdução de tópico podem ser: “‘isso me lembra aquela do’ (e se conta o caso), ou ‘sim, mas mudando de assunto’, ou então ‘mas voltando ao assunto’” (MARCUSCHI, 2003a, p. 77-78).

Importante também ressaltar a diferença entre *mudança* de tópico e *quebra* de tópico, que é explicado por Stech (1982 apud Marcuschi, 2003a, p. 81):

- (a) a *mudança* de tópico ocorre quando o tópico chegou ao seu final, caracterizando uma terminação;
- (b) a *quebra* de tópico ocorre quando o tópico foi interrompido, podendo retornar.

Essa mudança ou quebra de tópico é mais explícita na interação face a face, pois envolve os gestos, a entonação, os risos, as caretas, ou seja, todo o dinamismo da conversação.

2.3 A Sociolinguística Interacional

A Sociolinguística Interacional investiga a linguagem na comunicação entre as pessoas e o contexto em que essa comunicação é desenvolvida. Ribeiro e Garcez (2002, p. 8) definem como “o estudo da organização social do discurso em interação, ressaltando a natureza dialógica da comunicação humana e o intenso trabalho social e linguístico implícito na co-construção do significado e da ação.”

O estudo da interação perpassa o contexto da seguinte questão: “O que está acontecendo aqui e agora nesta situação de uso da linguagem?” (RIBEIRO; GARCEZ, 2002, p. 7). Ou seja, a partir da Sociolinguística Interacional, é possível analisar o modo de agir do falante no momento da interação: com quem se fala, sobre o que se fala, o local da conversa e a circunstância no momento da fala.

Os estudos de Gumperz e Goffman, voltados para uma orientação mais antropológica/sociológica da língua, enfatizam as relações entre linguagem e cultura, observando as variações dentro de uma mesma comunidade de fala.

Goffman (1998) afirma que os estudos linguísticos até então estavam negligenciando uma situação importante, a situação social, que “emerge a qualquer momento em que dois ou mais indivíduos se encontram na presença imediata um do outro e dura até que a penúltima pessoa tenha se retirado” (GOFFMAN, 1998, p.17).

Uma vez que a comunicação humana é de natureza dialógica, a Sociolinguística Interacional estuda a organização social do discurso em interação. É através da interação que os indivíduos se expressam, e a linguagem possui um papel essencial na interação social. “As comunicações pertencem a um esquema menos punitivo do que os fatos, porque podem ser contornadas, abandonadas, desacreditadas, convenientemente mal interpretadas e habilmente transmitidas” (GOFFMAN, 1980, p. 106), por isso a habilidade no uso da linguagem pode acarretar em interações bem ou mal sucedidas.

Gumperz (1998, p.182) afirma que o momento interacional aponta para várias pistas, e as define como Pistas de contextualização, que são todos os traços linguísticos, paralinguísticos e não-

verbais que contribuem para a sinalização de pressuposições contextuais. Esses traços “podem aparecer sob várias manifestações linguísticas, dependendo do repertório linguístico, historicamente determinado, de cada participante” (GUMPERZ, 1998, p.182).

As pistas de contextualização não são diretas, elas são inferências. Ribeiro e Garcez (2002, p.149) as definem como “pistas de natureza sociolinguística que utilizamos para sinalizar os nossos propósitos comunicativos ou para inferir os propósitos conversacionais do interlocutor”.

Tais pistas podem ser, de acordo com Gumperz (1998, p. 182):

- Pistas linguísticas: referência, citação, escolhas lexicais, escolhas sintáticas, mudança de código, repetição, modalizador, etc.
- Pistas prosódicas/paralinguísticas: ritmo da fala, aceleração ou desaceleração da fala, alterações do tom de voz, ênfase, alongamento, pausa, etc.
- Pistas não-verbais: vestimenta, postura, gestos, olhares expressivos, aproximação, toque, estalar dedos, fazer gestos, imagens, ilustrações, etc.

Tais pistas serão abordadas com frequência em nossas análises pois elas apontam para a construção do contexto e a construção da identidade dos blogueiros e dos leitores comentaristas.

A noção de contexto passa a ter maior importância nos estudos interacionais uma vez que é importante ressaltar quem fala para quem, sobre o quê, em que lugar, em que momento. Segundo Ribeiro e Garcez (2002, p.8):

A noção de contexto ganha relevância, passando a ser entendida como criação conjunta de todos os participantes presentes ao encontro e emergente a cada novo instante interacional. Os interagentes levam em consideração não somente os dados contextuais relativamente mais estáveis sobre participantes (quem fala para quem), referência (sobre o quê), espaço (em que lugar) e tempo (em que momento), mas consideram sobretudo a maneira como cada um dos presentes sinaliza e sustenta o contexto interacional em curso.

Por este motivo não é possível separar o contexto da interação, uma vez que ele pode ser reformulado durante o ato interacional. Além disso, tal noção de contexto mostra a importância de todo o conjunto de circunstâncias de uma situação interacional, sem focar apenas no aspecto linguístico.

A Sociolinguística Interacional prioriza a interação face a face, uma vez que, em presença física, há influência recíproca dos indivíduos sobre as ações e palavras uns dos outros. “Quando

um indivíduo se apresenta diante dos outros, terá muitos motivos para procurar controlar a impressão que estes recebem da situação” (GOFFMAN, 2009, p. 23).

Goffman (2009) mostra que esses processos de figuração, em que os indivíduos se apresentam/ representam um diante dos outros gera também o conceito de papel social, é quando um indivíduo desempenha o mesmo movimento para o mesmo público em diferentes ocasiões.

Considerando esses processos de figuração na interação, os princípios de elaboração da face, já mencionados no item 2.1.3, são de grande importância. O termo inglês *face* possui duplo significado pois pode remeter a aparência, rosto e também à dignidade, auto respeito, prestígio. Dessa forma, as expressões *salvar a face* e *perder a face*, para Goffman (1980), referem-se a salvar ou perder as boas aparências, dentro da interação.

[...] a face não é algo que se aloja dentro ou na superfície do corpo de uma pessoa, mas sim algo que se localiza difusamente no fluxo de eventos que se desenrolam no encontro, e se torna manifesto apenas quando estes eventos são lidos e interpretados em função das avaliações que neles se expressam (GOFFMAN, 1980, p. 78).

Ou seja, a preocupação em salvar a própria face e salvar a face do outro é algo que existe apenas na situação social de interação, não é algo pessoal. Goffman (1980, p. 82) explica que “[...] a manutenção da face é uma condição da interação, não seu objetivo”. Ou seja, para que a interação se dê de maneira eficaz, é preciso que os falantes se preocupem em salvar suas faces e não arranhar a face do outro.

Considerando esses efeitos que a linguagem possui nas relações interpessoais, a teoria das faces também vincula com a teoria da polidez linguística (BROWN; LEVINSON apud FIORIN, 2010, p. 175) que “[...] tem por efeito diminuir os efeitos negativos dos atos ameaçadores da face, de adoçá-los.” Ou seja, durante a interação, seja face a face ou mediada de alguma maneira, o falante utiliza estratégias linguísticas para ser polido e, conseqüentemente valorizar sua face e minimizar possíveis ameaças à sua face. “Nas situações de comunicação, minimizam-se, modalizam-se, adoçam-se os atos ameaçadores da face. Por outro lado, há atos valorizadores da face, como os cumprimentos e os elogios. Na polidez, busca-se reforçar esses atos” (FIORIN, 2010, p. 175).

A partir das análises das interações nos blogs de viagem, veremos, no capítulo seguinte, as estratégias linguísticas, paralinguísticas e não-verbais que os blogueiros usam para salvarem suas

faces, serem polidos, fazerem com que o leitor coopere com seus textos e de que maneira isso funciona como uma importante característica dos blogs de viagem.

Após situarmos os lugares teóricos dos quais partiremos, o capítulo seguinte apresentará as análises da linguagem utilizada nos blogs a partir do nosso *corpus*, considerando também as questões discutidas no capítulo anterior.

3 ANÁLISE DOS EFEITOS DE SENTIDO DAS INTERAÇÕES NOS BLOGS DE VIAGEM

O *corpus* a ser analisado neste capítulo foi escolhido baseado em um *ranking* de cinco blogs de viagem, elaborado pelo *site Melhores Destinos*¹⁴. A partir desta lista, elegemos três diferentes blogs para fazer nossas análises: *360 meridianos*, *Preciso Viajar* e *Esse mundo é nosso*.

Serão analisadas as seguintes postagens: “São Paulo é feia, mas tá na moda”¹⁵ e “Devo largar tudo para viajar?”¹⁶ do *Blog 360 meridianos*, “Nova York x Londres”¹⁷ do *Blog Preciso Viajar* e “Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?”¹⁸ do *Blog Esse mundo é nosso*. Iremos focar, principalmente, no texto escrito das postagens, incluindo os comentários dos leitores, sem desconsiderar a importância dos demais recursos semióticos, como as fotos e os anúncios publicitários por exemplo.

As postagens em questão estão disponíveis nos anexos A, B, C e D, com data de acesso em 20/07/2017, ressaltando que os textos *on-line* podem sofrer modificações a qualquer momento.

Para nossa análise, convencionou-se que os trechos extraídos de nosso *corpus* estarão em destaque no texto com fonte itálica e, entre parênteses, estará identificado o parágrafo da postagem ou o nome do comentarista em que o trecho foi extraído. Além disso, as sequências serão numeradas, de acordo com o tópico interacional, para efeito organizacional.

3.1 “São Paulo é feia, mas tá na moda”

No primeiro momento de nossa análise, trataremos da postagem “São Paulo é feia, mas tá na moda”, do *Blog 360 meridianos*, disponível no anexo A. Tal postagem foi publicada em 25 de outubro de 2013 e é de autoria do blogueiro Rafael Sette Câmara. O texto relata as considerações e experiências pessoais do autor em relação à cidade de São Paulo, a partir de uma lista das dez cidades mais feias do mundo.

Para iniciarmos nossa análise, faz-se necessário um levantamento das pistas de contextualização linguísticas, paralinguísticas e não-verbais presentes na postagem, além destacar o contexto situacional, que é de grande importância em nossas análises. Antes de focarmos

¹⁴ Disponível em: <<http://www.melhoresdestinos.com.br/5-blogs-viagem.html>> Acesso em 25 nov. 2016.

¹⁵ Disponível em: <<http://www.360meridianos.com/2013/10/sao-paulo-feia-mas-ta-na-moda.html>> Acesso em 20 jul. 2017.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.360meridianos.com/2014/02/devo-largar-tudo-para-viajar.html>> Acesso em 20 jul. 2017.

¹⁷ Disponível em: <<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html>> Acesso em 20 jul. 2017

¹⁸ Disponível em: <<http://www.essemundoenosso.com.br/praias-de-cartagena-nao-sao-sua-maior-atracao/>> Acesso em 20 jul. 2017.

especificamente na postagem em questão, vamos nos ater um pouco no *Blog 360 meridianos* para conseguirmos contextualizar a postagem.

O *Blog 360 meridianos* apresenta uma postagem intitulada “Quem somos”¹⁹ que conta a história de como surgiu o blog e quem são os três blogueiros que escrevem. Através dessa postagem eles se apresentam e criam suas identidades de pessoas muito viajadas, explicando que já estiveram em mais de 30 países e pretendem inspirar os outros a fazerem o mesmo. Essas afirmações funcionam como importantes pistas de contextualização que nos direciona a duas posições estratégicas dentro do blog: os blogueiros possuem vasta experiência de viagem, portanto, os leitores podem confiar nas suas dicas e os blogueiros querem inspirar seus leitores a viajarem muito, criando laços de amizade e intimidade com eles. Essa identidade apresentada é fundamental para contextualizar a postagem analisada.

Além disso, após todos os *posts*, existe uma breve biografia do autor do texto, uma vez que três blogueiros escrevem textos individualmente. No caso da postagem analisada, ao final aparece uma descrição do blogueiro Rafael, que constrói sua identidade de pessoa experiente em viagens, que já morou em diversos países e já fez uma viagem de volta ao mundo. Ademais, ao contar particularidades da sua vida pessoal, como o seu time de futebol preferido e seu animal de estimação, passa a ideia de personalidade e descontração, que podem aproximar o leitor do texto.

A questão das origens do blogueiro é também relevante para a construção do contexto da postagem a ser analisada. Ao se apresentar como cidadão de Belo Horizonte, uma metrópole que também possui alguns problemas similares a São Paulo, ele poderia fazer algumas comparações e referências entre as duas metrópoles, mas opta apenas por apontar características da cidade de São Paulo e outras cidades que ele considera mais feias que São Paulo (como Mumbai e Jacarta por exemplo). Essa questão pode apontar para uma tendência “bairrista” do blogueiro, de elogiar e defender sua cidade natal.

O contexto multimodal da postagem mostra diversas fotos, anúncios e *hyperlinks* misturados ao texto principal. A escolha e disponibilidade de tais elementos são propositais e, ao nosso ver, funcionam como pistas não linguísticas para atrair o interesse do leitor. No caso dos anúncios, os trataremos como pistas mistas, por apresentarem conteúdos verbais e não-verbais e funcionarem como importante sinalizador do propósito da interação: gerar renda ao blog, como já discutimos no primeiro capítulo.

¹⁹ Disponível em: < <http://www.360meridianos.com/quem-somos-2>>. Acesso em: 20 jul. 2017

As imagens dispostas ao longo da postagem ilustram o assunto tratado, além de ser uma característica dos blogs de viagem em geral, as imagens possuem um peso fundamental para que o leitor opte por determinado destino. Funcionam como argumentos não-verbais pois podem convencer o leitor a ir ou deixar de ir em tal destino, de acordo com as fotos apresentadas.

A primeira imagem, disponibilizada logo antes do título, mostra a vista aérea de uma parte da cidade de São Paulo. Ao nosso ver, a escolha dessa imagem não foi aleatória, mas foi, pelo contrário, proposital, para mostrar a aparência de São Paulo a partir de elementos não-linguísticos.

As imagens aparecem outras vezes, sempre ilustrando o texto do blogueiro. Na segunda imagem aparecem viadutos e o rio Tietê com lixo boiando em suas águas, uma maneira não-linguística de aclarar as afirmações que vêm na sequência sobre o Tietê e a poluição. A mesma coisa acontece na terceira imagem, da marginal Pinheiros. A foto mostra prédios, guindastes e o rio Pinheiros com lixo em suas margens, e logo na sequência da postagem aparece a afirmação sobre os rios, que foram transformados em “dois grandes esgotos a céu aberto”. Outro aspecto que também é relevante na imagem é o céu nublado e cinzento, que contribui para a aparência negativa da cidade.

Já a quarta foto mostra o rio Tâmisa em Londres, logo na sequência de uma explicação sobre a despoluição do rio. Na imagem selecionada, aparece o rio limpo, o céu azul e a ponte que é cartão postal da capital inglesa. Essa foto parece apontar para uma importante pista não-linguística: o blogueiro quer mostrar aos seus leitores uma breve comparação visual entre Londres e São Paulo, que, através das imagens selecionadas para tal, reforça o aspecto negativo da beleza da metrópole brasileira. A legenda da foto (“Acredite se quiser: o Tâmisa já teve cara (e cheiro) de Tietê”) mostra ironia e humor do blogueiro, como se fosse impossível a comparação dos rios Tietê e Tâmisa.

A última fotografia no corpo da postagem é a da vista de São Paulo do alto de um prédio, usada para ilustrar as afirmações feitas logo antes da imagem, sobre o *skyline* (horizonte) de São Paulo “passar longe” de ser o mais bonito em relação aos demais que o blogueiro já viu. A foto é usada para fundamentar sua argumentação e possivelmente “comprovar” que é um horizonte impressionante, mas não bonito.

Outro aspecto importante a ser ressaltado no que se refere às imagens, é que não existe padronização em relação às legendas, algumas possuem, outras não. O crédito aparece apenas em uma foto, inclusive com *hyperlink* que direciona para o perfil do fotógrafo em uma rede social. O

possível efeito de sentido que isso causa é de informalidade na postagem do blog, que não exige padronização das fotos e que os leitores podem interpretar o conteúdo sem necessidade obrigatória de legenda.

A questão dos anúncios nos blogs de viagem já foi discutida no primeiro capítulo, e vimos que é de grande importância para os fins lucrativos no cenário atual dos blogs. Nessa postagem específica é importante salientar que existem três tipos de anúncios: o de produtos e serviços do *Blog 360 meridianos*, como venda de guias de viagem e consultoria de viagem; o de serviços relativos a viagens, como reserva de hotéis, de voos ou seguro; e anúncios que variam de acordo com o público-alvo, baseado nas ferramentas de buscas pessoais de cada leitor. Os anúncios também funcionam como importantes pistas de contextualização, que mostram que a postagem foi escrita com finalidade comercial, para que o blogueiro possa ter lucros com seu blog.

Tratadas as questões não verbais e mistas, vamos nos ater agora às análises linguísticas da postagem. Alves (2010), em “Interação *on-line* e oralidade”, ao estudar a interação mediada por computador, se debruça sobre uma série de relações estabelecidas entre a oralidade e a escrita no gênero *e-mail*, considerando-o com gênero “híbrido”. Ao analisar diversos desses *e-mails*, a pesquisadora elenca diversas características da escrita digital que remete aos gêneros orais, em função de determinados efeitos de sentido.

É interessante, para nosso trabalho – uma vez que partimos do pressuposto que a manifestação de elementos da oralidade na escrita contribui para uma cooperação maior dos leitores e seguidores de determinados blogs – mobilizar alguns desses procedimentos observados por Alves (2010) para pensarmos os mecanismos da escrita nos blogs de viagem, objeto de nossa dissertação. Elegemos, então, alguns excertos da postagem escolhida como nosso *corpus* para realizar essa discussão. Vejamos algumas sequências:

1- “São Paulo é feia, mas tá na moda” (título)

A sequência 1 é o título da postagem. A frase aparece em destaque, com fonte tamanho maior que a dos demais textos, funcionando como pista de contextualização paralinguística. Além disso, está disposta após uma foto com vista aérea da cidade de São Paulo, pista de contextualização não-verbal, que já tratamos anteriormente.

Alves (2010, p. 158) alerta para o uso frequente, nos *e-mails* analisados, de “abreviações e reduções de palavras, tal como ocorre na conversação, com fenômenos do tipo *tá, cê, bora*”. Esse fenômeno observado pela autora é frequente em diversos gêneros de escrita *on-line*, como observamos na sequência 1.

Num primeiro momento, poderíamos dizer que essa abreviação utilizada na sequência 1 pode ser fruto da pressa, da velocidade, da economia de tempo, da praticidade, enfim, de todos esses fatores que caracterizam, hoje, a escrita digital, em função da inegável rapidez com que se consegue – a partir das novas tecnologias de comunicação e discurso – produzir e transmitir variadas mensagens de texto.

No entanto, o emprego das abreviações e/ou reduções pode revelar algo mais do que uma desatenção em função da velocidade de escrita. Ao nos determos sobre o emprego de “tá”, deparamo-nos com uma manifestação específica de variedade linguística, qual seja, a informal.

As línguas são constitutivamente heterogêneas, pois através delas temos de dar conta das muitas situações sociais em que nos envolvemos, em nosso dia a dia. Elas são também inevitavelmente voltadas para mudança, pois os grupos humanos são dinâmicos, e as línguas que eles falam precisam adaptar-se às novas situações históricas. Variação e mudança são propriedades linguísticas que não impedem a interincompreensão, porque obedecem a uma sistematicidade e a uma regularidade, comprovadas por pesquisas de sociolinguistas e de linguistas históricos. (CASTILHO, 2014, 197).

Esse pressuposto da Sociolinguística Interacional – fundamentação teórica desse trabalho – permite a discussão da variedade informal “tá” mobilizada na modalidade escrita dos blogs de viagem em função de aspectos linguístico-interacionais.

Mário Perini, em sua *Gramática do português brasileiro*²⁰, relata uma série de “fenômenos não marcados na ortografia”. Ele se refere a fenômenos orais que não possuem lugar na escrita:

O PB apresenta uma série de fenômenos fonológicos que não são representados de nenhuma maneira na escrita, mas que são importantes na fala. Muitos deles são obrigatórios, e outros são usuais, de modo que

²⁰ Em alguns pontos de nossas análises, trazemos referências de Gramáticas da Língua Portuguesa – Perini (2010), Castilho (2014) e Bechara (2009). Mesmo que do ponto de vista epistemológico as vertentes das Gramáticas possuam natureza e pressupostos diferentes das teorias abordadas nesse estudo, consideramos importante trazer alguns elementos da Gramática para efeito de definições, comparações e melhores aprofundamentos da pesquisa.

ignorá-los equivale a deixar de lado traços essenciais da pronúncia do PB (PERINI, 2010, p. 351).

O autor lista então alguns casos (isto é, alguns itens lexicais) mais importantes em que a pronúncia do português brasileiro não é visível a partir da ortografia, como *pra (para)*, *cu (com)*, *pur (por)*, *num (não)*, e assim, por diante. Posteriormente, encontramos um subitem específico para o verbo “(es)tar”:

O verbo (es)tar

No verbo *estar*, um dos mais frequentes da língua, a primeira sílaba é normalmente omitida, em todas as formas do verbo. Assim, diz-se

(2) Ele tava em cima da cama

As formas plenas, *estou*, *estava*, etc. também ocorrem, mas são muito mais raras, e parecem ser especializadas para contextos enfáticos:

(3) Não, não, ele estava em cima da cama.

Mas mesmo nesse contexto *tava* seria adequado.

Essa redução não se observa para os outros verbos da língua: *escutar* não se reduz a **cutar* etc. Aparentemente haveria uma exceção: o verbo *esperar*, mas de uma espécie de interjeição. Tanto é assim que parece estranho usar *pera* na frase

(5) ? Senta aí e pera uns cinco minutos. (PERINI, 2010, p. 352, grifos do autor).

Nesse sentido, o emprego de “tá” – mais que um fenômeno reduzido à modalidade informal da língua, como nos mostrou Perini – traduz uma importante necessidade das formulações que circulam em alguns gêneros digitais, assim como na conversação: promover a cooperação. Assim, o uso do “tá” é uma importante pista de contextualização e um dos efeitos produzidos desse emprego na variedade informal é justamente produzir um texto leve, que seduza e entretenha o leitor como se houvesse ali, estabelecido entre o blogueiro e o leitor, um diálogo, com marcas específicas da linguagem informal.

Importante salientar que o autor usa a sequência 1 no título da postagem, mas ao final de seu texto, ele faz a mesma afirmação, porém usa o verbo “estar”:

1.1 “São Paulo é feia, mas está sempre na moda.” (oitavo parágrafo)

O uso da sequência 1 como título da postagem pode funcionar também como uma pista de contextualização, em que podemos inferir que a intenção é seduzir e atrair o leitor para a leitura do

texto, através do uso de uma linguagem informal e próxima da oralidade. Já no final do texto, parece não existir mais essa preocupação, porque nesse ponto, o leitor pode já ter sido persuadido e já ter lido o texto todo, por isso ele usa a sequência 1.1 com o verbo “estar” sem a redução típica da oralidade.

Partindo da ideia de que a possível intenção do blogueiro é conquistar e agradar cada vez mais seu público, para que seus leitores apreciem e divulguem o blog, os usos dessas marcas específicas da conversação oral podem familiarizar melhor o leitor com o texto escrito.

O escritor emprega, na escrita, “marcas de oralidade”, que permitem ao leitor reconhecer no texto uma realidade linguística que se habituou a ouvir ou que, pelo menos, já ouviu alguma vez e que incorporou a seus *esquemas de conhecimento*, frutos de sua experiência como falante (TANNEN; WALLAT, 1993 apud PRETI, 2004, p. 126, grifos do autor)

A partir disso, percebe-se que o leitor tende a aproximar-se do texto com marcas de oralidade devido ao seu conhecimento prévio, como falante, dessas construções. Com relação às realidades linguísticas citadas por Tannen e Wallat (1993 apud PRETI, 2004), é uma hipótese válida afirmar que, socialmente, o emprego de certas estruturas restritas ao português brasileiro escrito – como a mesóclise, por exemplo – em alguns contextos de comunicação, tem como consequência o destacamento, de um texto qualquer, dos elementos do diálogo espontâneo, face a face, e poderia diminuir, nesse sentido, o efeito cooperativo de um texto que teria por objetivo atingir o maior número de pessoas na rede.

Essas marcas de oralidade e interação podem ser observadas em outras sequências de nosso *corpus*, como a seguinte:

2- “*Mas e o exagero, cadê? Bom, São Paulo pode até ser feia, mas passa longe de entrar num ranking mundial desses*”. (terceiro parágrafo)

O blogueiro, ao nosso ver, presume que seu leitor possa achar um exagero a questão de São Paulo ser considerada uma das dez cidades mais feias do mundo e estar se fazendo essa pergunta ao ler o texto. Por isso, em sua estratégia linguística, ele parece se adiantar, usando o recurso de uma pergunta, seguida pela resposta, conforme a sequência de uma conversação.

Essa sequência mostra importantes marcas interacionais, em especial, os marcadores conversacionais “cadê?” e “bom”. Partindo do pressuposto que a intenção do autor é criar o efeito de cordialidade e intimidade, que fazem seu leitor cooperar com o texto, ele elabora uma pergunta hipotética e a responde, remetendo aos turnos da conversação, como se seu leitor estivesse fazendo essa pergunta a ele.

Os marcadores conversacionais são elementos importantes nos estudos da Análise da Conversação, pois eles “podem aparecer em várias posições: na troca de falantes, na mudança de tópico, nas falhas de construção, em posições sintaticamente regulares. Fundamentalmente, eles podem operar como *iniciadores* (de turno ou de unidade comunicativa) ou *finalizadores*”. (MARCUSCHI, 2003a, p. 61, grifos do autor).

De acordo com o *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa* (2005), a palavra “cadê” é forma popular da palavra “quede” que significa “onde está?”, “que é (feito) de?” e funciona como marcador conversacional interrogativo pós-posicionado que orienta o ouvinte ao final do turno. A forma “pergunta-resposta” é o principal par adjacente na conversação, e o “cadê”, seguido pelo ponto de interrogação, sugere uma pergunta aberta, que necessita de uma resposta compatível a esse marcador.

A resposta é iniciada com o marcador conversacional “bom”, um marcador ideacional pré-posicionado usado para iniciar o tópico²¹. Expressões como essas são utilizadas com frequência pelos falantes e sinalizam o início ou tomada de turno na conversação. No caso da sequência analisada, esse marcador conversacional é utilizado ao longo do texto corrido, no qual apenas o blogueiro possui a palavra. No entanto, há indícios que a intenção é passar a ideia de conversar com o leitor, por essa razão é usado a pergunta: “e o exagero, cadê?”, como se fosse uma pergunta hipotética do leitor. Diante disso, o fragmento 2 mostra uma resposta iniciada por um marcador de início de turno, simulando uma conversação entre autor/leitor. O mesmo acontece na sequência 2.1 abaixo:

2.1 “O que nós achamos disso? Em parte um exagero.” (terceiro parágrafo)

Esse excerto mostra também uma marca de interação com o leitor, pois o autor utiliza novamente o par conversacional pergunta-resposta para expor sua opinião sobre o assunto e simular

²¹ Ver Quadro 2

uma conversação com seus leitores. “Uma das sequências conversacionais mais comuns é a representada pelo par *pergunta-resposta* (P-R)” (MARCUSCHI, 2003a, p. 37, grifos do autor), ou seja, utilizar esse tipo de sequência pode causar aproximação do leitor com texto, por ser algo comum da conversação, além de passar a ideia de o autor estar conversando com o leitor, a partir de perguntas que os próprios leitores poderiam fazer.

Assim como o “bom” na sequência 2, os marcadores conversacionais são utilizados em outros trechos ao longo da postagem, em especial nos comentários, onde a interação leitor/autor se dá de maneira mais explícita. Isso pode ser observado nas seguintes sequências:

2.2 “*Além, é claro, de transformar todo habitante em fumante passivo[...]*” (quinto parágrafo)

2.3 “*Quem sabe um dia, né...*” (resposta de Rafael ao comentário de Tom)

2.4 “*[...] pensar positivo não custa nada, né?*” (resposta de Rafael ao comentário de Renata)

2.5 “*Poxa, São Paulo não merecia este posto de mais feia [...]*” (comentário de Ciça)

As sequências 2.3 e 2.4 apresentam o marcador conversacional “né”. O “né” é um marcador orientado para o interlocutor, pós-posicionado que indica final de turno. Forma contraída de “não é”, ao usar essa expressão no fim do turno, o falante/autor parece buscar uma concordância com seu interlocutor. Inclusive, essas sequências foram retiradas de respostas que o blogueiro elaborou para os comentários de leitores.

No excerto 2.2, o “é claro” funciona como um marcador medial²², também voltado para o interlocutor. Essa sequência foi usada dentro do corpo do texto do blogueiro e mostra, novamente, a possível intenção do autor em usar marcas de interação com seus leitores, como estratégia de aproximação. O uso dos marcadores pode possibilitar a articulação dos tópicos e uma aproximação com a conversação, “[...] os marcadores conversacionais promovem a condução e manutenção do tópico discursivo, instaurando a solidariedade conversacional entre os interlocutores, na medida em que propiciam dinamismo e continuidade à interação” (FÁVERO; ANDRADE; AQUINO, 2012, p. 49).

Além de importante marcador conversacional, podemos pensar que “é claro” também permite entender que há uma aproximação do conhecimento de mundo do leitor/interlocutor, ao

²² Ver Quadro 2.

lançar mão de um argumento que tende a ser convenção, logo não discutível. Nesse caso, poderia ser sinônimo de “é óbvio”, “é certo”.

Da mesma forma, na sequência 2.5 o “poxa” é um marcador conversacional inicial que indica uma interjeição, expressando tristeza, espanto, aborrecimento. Observando que essa é uma sequência retirada dos comentários, a leitora Ciça inicia seu comentário com a sequência 2.5, essa construção linguística usada pela leitora mostra sua indignação em relação à posição da cidade de São Paulo no *ranking* de cidades mais feias do mundo. De acordo com a *Moderna Gramática Portuguesa* (BECHARA, 2009, p.330) interjeição “é a expressão com que traduzimos os nossos estados emotivos”; dessa forma, ao utilizar a interjeição “poxa” em seu comentário, a leitora parece expor sua emoção em relação ao assunto. Ou seja, a construção linguística utilizada apresenta tal pista de contextualização que mostra que ela foi envolvida pelo texto que leu e pretende interagir com o autor de maneira íntima e amigável, demonstrando suas emoções e opiniões sobre o assunto.

Voltando à sequência 2, percebemos que tanto a pergunta quanto a resposta hipotética são elaboradas utilizando orações coordenadas adversativas, através do uso da conjunção “mas”. De acordo com Bechara (2009, p. 478) existe uma relação semântica nas orações marcadas pelas conjunções adversativas que “contrapõe o conteúdo de uma oração ao de outra expressa anteriormente”. Muito além da definição proposta Bechara, optamos, nessa análise, por estudar o “mas” como um operador argumentativo, pois acreditamos que tais usos possuem importante força argumentativa no contexto da interação em questão.

Koch (2003, p.31) explica que os operadores argumentativos designam “certos elementos da gramática de uma língua que têm por função indicar (“mostrar”) a força argumentativa dos enunciados, a direção (sentido) para o qual apontam”. Dentre os principais tipos de operadores argumentativos listados por Koch (2003), destacamos, para efeito de análise do nosso *corpus*, os “operadores que contrapõe argumentos orientados para conclusões contrárias: *mas* (porém, contudo, todavia, no entanto, etc.), *embora* (ainda que, posto que, apesar de (que), etc.)” (KOCH, 2003, p.35, grifos da autora). Essas construções podem ser observadas, além da sequência 2, nos seguintes excertos:

2.6 “São Paulo é feia, mas tá na moda” (título)

2.7 “[...] mais interessantes do mundo quando o assunto é comida ou compras, mas não há dúvidas de que se trata de uma grande selva de concreto.” (segundo parágrafo)

2.8 “*me apaixonei pela cidade, apesar de todas as imperfeições*” (quarto parágrafo)

2.9 “*Apesar disso, São Paulo é uma das cidades mais interessantes do Brasil*” (sétimo parágrafo)

Ducrot (apud KOCH, 2003, p. 36) considera o “mas” o “operador argumentativo por excelência”. As sequências 2.6 e 2.7 utilizam o “mas” para mostrar o lado positivo e negativo de São Paulo, respectivamente, apesar de ser feia. Já as sequências 2.8 e 2.9 utilizam o “apesar disso”, que fazem parte do grupo do *embora*. Do ponto de vista semântico, ambos possuem funcionamento semelhante – opor argumentos. Mas do ponto de vista argumentativo há diferenças, conforme explica Koch (2003, p. 37, grifos da autora):

A diferença entre os dois grupos diz respeito à *estratégia argumentativa* utilizada pelo locutor: no caso do MAS, ele emprega (segundo E. Guimarães) a “*estratégia do suspense*”, isto é, faz com que venha a mente do interlocutor a conclusão R, para depois introduzir o argumento (ou conjunto de argumentos) que irá levar à conclusão $\sim R$; ao empregar o *embora*, o locutor utiliza a *estratégia de antecipação*, ou seja, anuncia, de antemão, que o argumento introduzido pelo *embora* vai ser anulado, “não vale”.

No caso da postagem analisada, os argumentos oscilam entre a afirmação repetida da aparência negativa da cidade de São Paulo e os aspectos positivos da cidade. O autor do texto parece querer cativar todos os tipos de público e para isso deve mostrar os aspectos favoráveis de São Paulo contrastando com as afirmações repetidas sobre São Paulo ser feia.

O uso desses operadores sinaliza uma questão importante na construção do texto: a polidez do autor. Uma vez que a possível intenção do blog é ter muitos leitores que apreciem e compartilhem a postagem, é imprescindível que o texto agrade todos os tipos de leitores. A polidez se articula à teoria da elaboração da face (GOFFMAN, 1980) em que, na interação conversacional, todo indivíduo se preocupa em não ferir ou perder sua face, ou seja, não danificar sua autoimagem diante dos outros.

Conforme já mencionamos no capítulo anterior, a face é definida por Goffman (1980, p. 76-77) como “o valor social positivo” de si mesmo através do ato interacional. Portanto, para que a situação comunicativa se dê de maneira eficaz, os falantes não podem ameaçar suas faces nem a do outro. Nesse aspecto, a polidez linguística pode atenuar o grau de ameaça da face.

Considerando então, a partir de Goffman (1980) que “perder a face” significa perder o prestígio, desacreditar-se, o blogueiro, ao nosso ver, precisa “salvar sua face”, ou seja, salvar suas

aparências em suas publicações. Ele precisa agradar a todos os públicos e, possivelmente, pessoas que admiram e gostam de São Paulo poderiam se ofender com as repetições sobre o aspecto negativo da cidade. Por isso, ao produzir seu texto, ele parece fazer escolhas linguísticas que atenuam essas afirmações negativas, uma delas é o uso dos operadores argumentativos “mas” e “apesar de”.

Dessa maneira, quando o autor afirma que São Paulo é feia, mas “tá na moda”, “é uma das interessantes do mundo”, “passa longe de estar num ranking mundial” ou apesar de ser feia ele se apaixonou por ela e “é uma das cidades mais interessantes do Brasil”, ele está querendo criar um efeito de neutralidade. Falando mal e bem da cidade ao mesmo tempo (é feia, mas... apesar de ser feia...) o autor, possivelmente, não fere sua face diante do público que aprecia São Paulo, nem diante do público que não a aprecia.

Voltando à sequência 2, a expressão “passa longe” é própria da conversação informal e refere-se à posição da cidade de São Paulo em relação à lista mencionada. Ao afirmar que “São Paulo passa longe de entrar num ranking mundial desses”, podemos inferir que, na opinião pessoal do blogueiro, São Paulo não deveria ser considerada uma das cidades mais feias do mundo.

Silva (2009, p. 184), ressalta que “outra característica própria da oralidade é a linguagem espontânea, distensa, não planejada, informal, isto é, aspectos que identificam o registro coloquial. Também, encontramos termos gírios, palavrões e frases feitas”. Ao usar essa expressão “passa longe”, o possível efeito de sentido causado no leitor é o de amizade e intimidade, remetendo à oralidade, à conversação espontânea.

Esse tipo de construção é reiterado no texto postado pelo blogueiro e também nos comentários produzidos pelos leitores, exemplificados nas expressões a seguir:

2.10 “Feia pra caramba”, “deu na mídia”, “Sampa”, “[...] um pontinho novo da cidade [...]”, “busão”, “Tipo a Avenida Paulista [...]”, “só pode”, “só que não”, “piração”.

Esses termos informais e gírios aparecem com frequência tanto na postagem principal quanto nos comentários. “A gíria constitui um vocabulário tipicamente oral. Sua presença na escrita reflete apenas um recurso linguístico, com objetivos determinados, como, por exemplo, [...] criar uma interação mais eficiente do escritor com o seu leitor” (PRETI, 2000, p. 241). Ou seja, ao usar

tais palavras e expressões, típicas da oralidade, no texto escrito, busca-se produzir uma maior aproximação e melhor interação entre o blogueiro e seus leitores.

As palavras “Sampa”, “busão” e “piração” funcionam como pistas de contextualização linguísticas que apontam para pessoas jovens, que utilizam o vocabulário gírio com frequência. Tais formações se dão a partir de abreviações/ derivações das palavras “São Paulo”, “ônibus” e “pirar”. “As múltiplas atividades dos falantes no comércio da vida em sociedade favorecem a criação de palavras para atender às necessidades culturais, científicas e da comunicação de um modo geral” (BECHARA, 2009, p. 351).

A palavra “Sampa” é uma abreviação de São Paulo. Essa abreviação foi formada a partir das duas primeiras sílabas “Sa” e “Pa”, a letra M no meio é usada para dar o som anasalado do –ão, de “São”.

Já as palavras busão e piração foram criadas a partir da derivação, que consiste em “formar palavras de outra primitiva por meio de afixos” (BECHARA, 2009, p. 357), no caso dessas palavras, o sufixo –ão. A palavra “Busão” é derivada da palavra ônibus, com o acréscimo do sufixo que denota aumentativo –ão, uma vez que o ônibus é um veículo grande. Já piração, o sufixo –ão é usado para formação de nome resultado da ação do verbo pirar.

Apesar do uso de vocábulos que não existem no dicionário da Língua Portuguesa²³, o autor parece presumir que seus leitores já conhecem essas palavras e sabem o que significam. Afinal, podemos ressaltar que um dos pressupostos do campo da Sociolinguística é o de que as línguas (e, por extensão, os vocábulos dessas línguas) não são estáticos, mas sofrem mudanças ao longo do tempo.

Esses e outros grupos restritos, cujo vocabulário conserva também suas características criptológicas, possuindo, ainda, uma feição lúdica, têm ainda maior interação com a grande comunidade. E seus vocábulos, em constante renovação, facilmente se misturam e são empregados na linguagem comum, perdendo sua condição identificadora do grupo social. É o que costumamos chamar de gíria comum (PRETI, 2000, p. 246).

Preti (2003, p. 66) explica que o uso de tais expressões refere-se às situações de comunicação, ao fator expectativa nas relações entre os falantes, “esse fator está ligado à atitude social em relação à língua, isto é, o que cada um espera que seu interlocutor realize durante a

²³ Tomamos por base aqui, o *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa* (2005).

interação”. Ou seja, o leitor possivelmente já espera esse tipo de construção ao ler o texto e, em função dos aspectos genéricos, utiliza essas mesmas construções nos comentários. Um dos efeitos de sentido que podem ser gerados nesses usos são de amizade e intimidade entre autor e leitor, e é um dos fatores que pode gerar maior cooperação e apreciação por parte dos leitores de blogs de viagem.

Não podemos desconsiderar também que “Sampa”, “busão” e “piração” são processos de referenciação e por isso também funcionam como pistas de contextualização linguísticas. O blogueiro escreve tais palavras possivelmente supondo que seus leitores já conhecem as referências de tais palavras: São Paulo, ônibus e pirar.

Um outro recurso mobilizado com frequência no *corpus* de nossa pesquisa é a parentetização. Vejamos as sequências 3 a seguir:

- 3- 3.1 “*Cidade da Guatemala (a 1ª e mais horrorosa de todas)*” (primeiro parágrafo)
- 3.2 “*Fui morador de São Paulo (com direito a nota fiscal paulista)*” (quarto parágrafo)
- 3.3 “*[...] torres do mesmo tom verde (ou parecido) que as da catedral [...]*” (comentário de Edp)

A parentetização ocorre quando “os segmentos parentéticos se constituem de pequenos esclarecimentos, comentários, perguntas, contendo observações rápidas ao tópico em desenvolvimento, que não chegam a comprometer a centração tópica” (CASTILHO, 2014, p. 236), como acontece nos excertos 3.

Na sequência 3.1, o uso dos parênteses é para explicar e esclarecer que a cidade da Guatemala foi a que ficou em primeiro lugar no ranking das cidades mais feias do mundo. Interessante ressaltar que em relação às cidades fora do Brasil, o autor parece não se preocupar em ferir sua face ao denegri-las. Ele ressalta que a Cidade da Guatemala é feia, usando o termo “horrorosa”, ou seja, sendo mais enfático do que o esperado pelo seu posicionamento assumido com a cidade de São Paulo. Faz o mesmo em relação à Mumbai, Nova Délhi e Jacarta, como pode ser observado nos excertos abaixo:

- 3.4 “*A poluição – do ar e da água – faz muito bem o papel de deixar nossa Nova York com cara de Mumbai*”. (terceiro parágrafo)

3.5 “ *A única justificativa plausível para Sampa estar nessa lista e Nova Délhi não é se a terrível camada de poluição tiver escondido a capital indiana dos autores da lista. Eles foram lá e só viram fumaça, só pode. Mumbai e Jacarta também mereciam mais essa premiação do que Sampa, garanto.* ” (terceiro parágrafo)

Ao mencionar essas cidades, o autor, a nosso ver, suscita diversos efeitos de sentido em seu texto. Ele mostra que conhece cidades que, na opinião dele, são mais feias que São Paulo. Dessa maneira, ele protege sua face em relação ao público que aprecia São Paulo, mas não se preocupa em ser polido com o público que admira Mumbai, Jacarta e Nova Délhi. Uma hipótese para essa ocorrência é que seu público-alvo é composto por brasileiros e que brasileiros tendem a “defender” suas cidades.

Ao mesmo tempo em que o blogueiro denigre a imagem das cidades de Mumbai e Jacarta, nas sequências 3.4 e 3.5, ele também parece ter a intenção de divulgar essas cidades, pois as palavras “Mumbai” e “Jacarta” são *hyperlinks* que direcionam o leitor a outras postagens do próprio *Blog 360 meridianos* sobre essas cidades. Ou seja, além de ser uma forma de explicar ao leitor onde são essas cidades e quais são suas atrações turísticas, é uma forma de divulgação do próprio blog, para que os leitores possam conhecer e cooperar com outras postagens. Podemos considerar também uma maneira de mostrar polidez indireta, no sentido de que mesmo sendo cidades que ele declara diretamente serem feias, o leitor tem a possibilidade de ler mais e ver fotos sobre tais cidades e tirar suas conclusões.

Ademais, quando o autor cita tais cidades, subentende-se que ele as conhece, mostrando sua identidade de especialista, uma vez que já viajou muito. O mesmo acontece em outras partes do texto:

3.6 “*Se você nunca visitou, um conselho: faça isso.*” (sétimo parágrafo)

3.7 “*Já vi o skyline de metrópoles nos cinco continentes*” (sétimo parágrafo)

Essas construções podem funcionar como argumento de autoridade²⁴ no texto, pois mostram que sua grande experiência como viajante o permite afirmar e dar conselhos sobre o

²⁴ Entendemos aqui argumento de autoridade como “aquele em que o sujeito que argumenta se serve de sua própria autoridade como força argumentativa” (EMEDIATO, 2008, p. 175). No caso das construções 3.6 e 3.7

assunto. O mesmo acontece nos comentários dos leitores, que também querem afirmar que possuem experiências com viagens, como nas seguintes sequências:

3.8 “[...] quando estive em Berlim” (comentário de Edp)

3.9 “[...] a Catedral é mais bonita que muitas da Europa [...]” (comentário de Edp)

Os leitores, ao comentar, também compartilham suas experiências de viajantes. Podemos inferir que os leitores não estão apenas interessados em receber informações, mas também em dar informações turísticas, numa espécie de construção conjunta da postagem sobre determinado destino, fruto da cultura participativa e inteligência coletiva (JENKINS, 2008) que já vimos no primeiro capítulo. Além disso, é possível inferir que tanto o blogueiro quanto os leitores querem “apresentar-se sob uma luz favorável” (GOFFMAN, 2009, p.16), ou seja, na interação todos querem ser bem vistos e para isso atuam como em uma peça teatral, conforme afirma Goffman (2009, p. 9):

Presume-se que a vida apresenta coisas reais e, às vezes, bem ensaiadas. Mais importante, talvez, é o fato de que no palco um ator se apresenta sob a máscara de um personagem para personagens projetados por outros atores. A plateia constitui um terceiro elemento da correlação, elemento que é essencial, e que entretanto, se a representação fosse real, não estaria lá.

Ou seja, durante a interação, os indivíduos querem se mostrar dignos de confiança a partir de suas atitudes e capacidades, por isso afirmam e reafirmam suas vastas experiências como viajantes, construindo suas identidades. Não sabemos se tais afirmações são verdadeiras ou falsas, mas, a partir delas, o contexto e as identidades são construídas nessa interação.

Observando o trecho parentético 3.2, a informação entre parênteses funciona como uma confirmação do enunciado anterior. Uma vez que só tem direito a nota fiscal paulista os residentes no Estado de São Paulo, o blogueiro quer confirmar que realmente morou em São Paulo e não apenas passou um tempo lá. Além disso, tal construção pode trazer efeitos de sentido de humor e

analisadas, a vasta experiência como viajante torna o blogueiro uma autoridade no assunto, por isso seus enunciados possuem uma força argumentativa sobre viagens.

ironia, como se a nota fiscal paulista fosse uma confirmação e um “prêmio” por ser habitante de São Paulo.

Já na sequência 3.3, o uso dos parênteses funciona como uma correção ou reparação, recursos recorrentes na conversação, conforme explica Marcuschi (2003a, p. 28, grifos do autor):

Na conversação o tempo é real, e tudo o que se fizer é definitivo. Nesse processo, são muito usados os recursos da correção. Corrigimos a nós mesmos ou aos parceiros, fazendo reparos sintáticos, lexicais, fonéticos, semânticos ou pragmáticos. A esse processo convencionou-se chamar de *mecanismo de correção*; ele funciona também como *processo de edição* ou *auto-edição* conversacional e contribui para organizar a conversação localmente.

Dessa forma, o(a) leitor(a), ao comentar, parece escrever como se estivesse conversando com o blogueiro e os demais leitores, por isso ele(a) o usa os parênteses para fazer sua correção, mesmo tendo a opção de reescrever. Usando os termos de Schegloff, Jefferson e Sacks (1977 apud MARCUSCHI, 2003a, p. 29) o leitor faz uma autocorreção auto-iniciada, que “é a correção feita pelo próprio falante logo após a falha”. Quando o(a) leitor(a) afirma que as catedrais têm o mesmo tom de verde, ele(a) percebe que isso é muito específico e pode ser que não seja exatamente o mesmo tom, então ele(a) mesmo(a) se autocorrigue, utilizando os parênteses para retificar que se não for o mesmo tom de verde, é parecido.

Na pesquisa de Alves (2010, p.159), ela percebe que, no seu *corpus* composto por *e-mails* é frequente a “duplicação de letras, ‘abuso’ dos sinais de pontuação, tais como o ponto de exclamação e o ponto de interrogação, o uso de maiúsculas para indicar atitudes, emoções, sentimentos, entonações específicas etc.”. Nos comentários da postagem “São Paulo é feia, mas tá na moda” é possível encontrar essas ocorrências nos seguintes excertos:

4- 4.1 “Um sonho beeeem distante [...]” (comentário de Renata)

4.2” “AAAH minha Sampa [...] Amo tudo isso!!” (comentário de João)

4.3 “[...] mas eu sou APAIXONADO por essa selva de pedra” (comentário de Gustavo)

Na conversação face a face, a expressividade do falante está ligada não somente ao que é dito (elementos linguísticos), mas também à maneira de dizer o que é dito, a partir da entonação – que está ligada ao caráter fônico e prosódico da fala (elementos paralinguísticos) – e a partir dos

gestos, olhares, sinais, etc. (elementos não-linguísticos). Pelo viés da Sociolinguística Interacional, tratamos esses elementos de ênfase das sequências 4 como pistas de contextualização paralinguísticas, conforme explicamos no capítulo anterior. No discurso eletrônico, composto pela escrita multimodal, existem algumas pistas que indicam entonações e posturas, descritas a seguir.

Em 4.1, a palavra “bem” é escrita de maneira estilizada, com repetições da vogal “e”, para destacar e enfatizar a afirmação. Essa sentença refere-se ao rio Tietê ser navegável como o rio Tâmisa, em Londres. Ao usar esse tipo de grafia, a leitora/comentarista mostra sua opinião a respeito disso, que para ela, possivelmente, seria um sonho muito distante, quase impossível, por isso a ênfase na palavra “bem”.

Em 4.2 também existe duplicação de letra, além de fonte em caixa alta e duplo uso do ponto de exclamação. A formação “AAAH” indica um suspiro, como em uma conversa informal e amigável.

O abuso da pontuação é também uma tentativa de aproximar a escrita da oralidade, conforme Meise-Kunh (1998 apud HILGERT, 2000, p. 42): “como muitos usos dos sinais de pontuação na escrita são a representação gráfica de um fenômeno fônico (entonação ou pausa), a pontuação alternativa da CINT²⁵ acaba se tornando uma forma de ‘re-oralização’, isto é, uma tentativa de retorno ao oral”.

Em 4.3, a palavra “apaixonado” escrita em caixa alta tem o efeito de ressaltar a palavra/sentimento do comentarista, como se faz na pronúncia com ênfase. Usando todas as palavras com o mesmo tipo de fonte, mostraria apenas a paixão do leitor pela cidade de São Paulo, mas ao usar “APAIXONADO”, o possível efeito de sentido causado nos leitores é de ser muito apaixonado, ter uma paixão em excesso. É através dessa grafia destacada que a escrita se aproxima da modalidade oral, na tentativa de dar a ênfase que só seria possível na pronúncia com entonação.

Essas características são típicas da escrita eletrônica, também chamada de “internetês”, “e-linguagem”, “linguagem cibernética”, entre outras (BARTON; LEE, 2015, p.16). Porém, é preciso salientar que esse tipo de linguagem não é usado em todos os contextos da comunicação *on-line*, existem situações em que eles não se encaixam, pois tendem à informalidade. No caso dos blogs de viagem, foi possível perceber, a partir das sequências 4, que é frequente o uso da pontuação não convencional e da grafia estilizada. Além desses traços característicos da linguagem *on-line*, foram observados, em nosso *corpus*, os seguintes:

²⁵ Conversação na Internet

- Formas abreviadas:

4.4 “*Pq do Ibirapuera*” para abreviar Parque do Ibirapuera (comentário de Miriam)

4.5 “*é perigosa tbm!*” para abreviar é perigosa também! (comentário de Tom)

4.6 “[...] *mas tb não gosto de muita coisa daqui*” para abreviar mas também não gosto de muita coisa daqui (comentário de Renata)

- Acrônimos e siglas:

4.7 “*BTW*” – Acrônimo de *by the way*, palavra da língua inglesa que significa “aliás”. (comentário de Vinícius)

- *emoticons*

4.8 “*Pode ser feia, mas é Sampa. ☺ rs*” (comentário de João)

4.9 “*Amo tudo isso!! *-**” (comentário de João)

4.10 “[...] *da cidade que me encanta ☺*” (comentário de Ciça)

4.11 “[...] *ano que vem vou morar lá o/.*” (comentário de Gustavo)

4.12 “*<3 Sampa*” (comentário de Gustavo)

Ressaltamos que essas sequências foram encontradas nos comentários dos leitores, o lugar da interação no blog de viagem. Ao usar esse tipo de grafia, os leitores/comentaristas manifestam em seus enunciados pistas de contextualização que indicam amizade, intimidade, informalidade e cooperação, pois pressupõem que os demais leitores sabem o significado desses usos.

As abreviaturas são comuns no discurso eletrônico, Hilgert (2000, p. 51) explica como acontecem essas formações na comunicação via internet:

Não consistem numa parte da palavra, mas sim num conjunto de letras, no qual ao menos o falante nativo da língua imediatamente reconhece a palavra em questão, por fazerem essas letras parte de sua constituição gráfica. [...] Neste processo existe só uma regra, praticamente sem exceção: as abreviaturas são formadas pelas consoantes iniciais das sílabas da palavra que representam.

Em nosso *corpus*, a abreviação da palavra “também” aparece de duas maneiras: tanto “tb” como “tbn”, cada uma escrita por comentaristas diferentes. A abreviação “tb” estaria dentro da regra mencionada por Hilgert (2000, p.51), assim também “pq” para parque, são as primeiras

consoantes das sílabas. A formação “tbn” mostra uma consoante a mais no final da abreviação, que foge à regra de Hilgert, mas é utilizada com frequência na interação eletrônica em língua portuguesa.

Além disso, como foi mencionado no início desta análise, as abreviações, reduções e siglas transmitem ao leitor a ideia de rapidez, pressa, velocidade, economia de tempo, praticidade, típicos da conversação síncrona mediada por aparelhos eletrônicos. Mesmo as interações nos blogs de viagem não sendo, necessariamente, síncronas, tais traços são também encontrados, o que nos faz acreditar que são traços da escrita digital em geral, independente se síncrona ou assíncrona.

Essa rapidez de que falamos (e que se manifesta na escrita de blogs, na troca de mensagens instantâneas, em conversas nas redes sociais...) contrasta com as antigas formas de comunicação escrita, como por exemplo a carta pessoal, em que o momento de escrita não é simultâneo ao momento de recepção por parte do interlocutor. Ou, ainda, podemos pensar no contraste entre a imprensa escrita, que relata os fatos que “aconteceram”, uma vez que a edição do jornal é sempre encerrada na noite anterior à sua impressão e distribuição; e a imprensa *on-line*, caracterizada por relatar os fatos que “estão acontecendo” – já que a divulgação da notícia é simultânea à sua publicação. (KUCINSKI, 2005).

O uso de acrônimo, em nosso *corpus*, foi encontrado em “BTW” que remete à expressão inglesa “*by the way*”, que significa aliás, a propósito. De acordo com o *Dictionary of Contemporary English* (2003, p. 1866) a expressão *by the way* é considerada uma *spoken phrase*, ou seja, uma expressão da língua falada espontânea a partir de *corpora* britânico e americano. Quando o leitor, ao construir seu comentário, usa o acrônimo BTW, ele infere que os demais leitores têm conhecimento dessa expressão - comum na língua oral inglesa e podem compreender seu significado, apenas usando as iniciais da expressão.

Percebe-se que, mesmo na língua inglesa, a formação do acrônimo se dá usando as primeiras consoantes de cada palavra. Assim como vimos anteriormente, as abreviações encontradas em nosso *corpus*, são formadas, essencialmente, pelas primeiras consoantes de cada sílaba. Dessa forma, podemos depreender que o comentarista que usa o acrônimo dessa expressão inglesa possivelmente utiliza a linguagem *on-line* para se comunicar com pessoas não apenas de língua portuguesa, mas também de língua inglesa, em que esse acrônimo é, provavelmente, característico do discurso eletrônico de usuários falantes desta língua.

Em relação ao uso dos *emoticons*, é possível afirmar que são traços reconhecidos publicamente como específicos da comunicação *on-line*, embora possamos encontrá-los, atualmente, em diversos contextos *off-line*, como por exemplo, almofadas, chaveiros, ímãs, camisetas em formatos dessas “carinhas”, também chamadas de *emojis*. “Características linguísticas comumente consideradas específicas da comunicação ‘online’ alcançaram nossos contextos cotidianos fora da tela” (BARTON; LEE, 2015, p. 238). Esses traços da escrita *on-line* estão presentes em variados contextos, em diferentes locais, como exemplifica Barton e Lee (2015, p. 238):

- Uma loja de conveniência em Londres é chamada de “4 UR Convenience”;
- Um departamento acadêmico inglês em Hong Kong tem como logotipo “English @ CUHK”;
- Um sinal na prateleira de vinho num supermercado na Nova Zelândia alerta os clientes a “THNK B4 DRNK”;
- “@” indica um espaço público para computadores num hotel na Espanha.

Em relação aos *emoticons* especificamente, podemos associar seu uso à rapidez e agilidade que já mencionamos anteriormente, além de ser uma forma icônica de transmitir estados de espírito e comportamentos extralinguísticos que não são possíveis na comunicação escrita via internet, por isso funcionam com relevantes pistas de contextualização paralinguísticas, pois tais “ícones” podem sinalizar propósitos conversacionais.

Na comunicação textual interativa mediada por computador, como *e-mail* e mensagens instantâneas, por causa da falta de pistas físicas e contextuais, *emoticons* são frequentemente anexados aos enunciados para marcar a intenção e o tom do escritor. Por exemplo, escrever ‘Eu amo meu trabalho ☺’ com um *emoticon* sorridente provavelmente evocará uma interpretação mais positiva do que escrever ‘Eu amo meu trabalho! ☹’, que pode ter a intenção de transmitir o oposto. O crucial aqui é que, como as virtualidades de modos semióticos são percebidas quando combinadas de diferentes maneiras, elas podem oferecer múltiplos sentidos para diferentes espectadores [...] (BARTON; LEE, 2015, p. 48).

Apesar de ainda haver algumas instabilidades em relação à universalidade da codificação dos *emoticons*, em nosso *corpus*, podemos decodificar as sequências 4.8 e 4.10 que remetem a sentimentos positivos ao usar o símbolo não-linguístico “☺”. Na sequência 4.9, o uso do “*-.*” também nos alude a uma interpretação positiva. A sequência 4.12 apresenta o *emoticon* “<3” que simboliza um coração, podendo ser codificado como “amo Sampa”. Já o excerto 4.11, encontramos

dificuldade de decifrar, uma vez que não foi possível compreender se o comentarista considera bom ou ruim ir morar em São Paulo. A partir disso podemos refletir sobre as ambiguidades dos *emoticons*, e nas possíveis ironias que possam remeter de acordo com o tipo de leitor.

Outro uso típico da escrita *on-line* que encontramos em nosso *corpus* são as onomatopeias que indicam pistas não-linguísticas, como as risadas:

4.13 “*hahaha*” (resposta ao comentário de João)

4.14 “*hehe*” (resposta ao comentário de Gustavo)

Essas construções onomatopeicas estão nas respostas do blogueiro aos comentários de seus leitores. Se o principal objetivo ao postar o texto é que o leitor coopere, escrever um comentário positivo é a melhor forma de mostrar essa cooperação. Por isso, o blogueiro, para ser polido, responde ao comentarista, de maneira amigável e aproximando da conversação face a face, para preservar sua face e mostrar que apreciou a cooperação do leitor.

De acordo com Bechara (2009, p. 74), onomatopeia “é o emprego de fonema em vocábulo para descrever acusticamente um objeto pela ação que exprime”. Dessa forma, ao responder com palavras que remetem ao som de risos, o efeito de sentido causado é o de uma expressão oralizada, que manifesta igualmente, como viemos apontando, o tom de amizade, intimidade, informalidade.

Outro aspecto a ser destacado na comunicação eletrônica é o uso do verbo “dizer” ao invés de teclar/escrever, inclusive todos os comentários são iniciados pelo nome do leitor comentarista seguido pelo “disse”:

4.15 “*Renata disse:*”

4.16 “*Rafael Sette Câmara disse:*”

4.17 “*João disse:*”

Embora essa não seja uma característica apenas dos blogs, mas da comunicação *on-line* em geral, essa estrutura remete aos *chats* ou bate-papo onde cada um possui seu turno conversacional. O uso do verbo dizer alude à oralidade e à conversação face-a-face. Pode-se supor que os internautas estão calados ao teclar e escrever na *web*.

Também é importante destacar que o tempo verbal empregado, nesses casos, é o pretérito perfeito do indicativo, ou seja, refere-se ao passado, indicando que as pessoas já disseram, já exprimiram suas opiniões e posturas sobre o assunto.

Isso acontece também ao longo da postagem, nas seguintes sequências:

4.18 “[...] o site foi ainda mais, digamos, cruel [...]” (segundo parágrafo)

4.19 “Vale dizer que só concorreram [...]” (segundo parágrafo)

4.20 “E dizer que São Paulo é feia por ser uma ‘selva de pedra’” (sétimo parágrafo)

No dicionário Aurélio (2005, p. 236, grifo nosso) o verbo “dizer” apresenta 16 entradas. Na primeira, aparece como “v.t.d exprimir (ideia, fato, etc.) por meio de palavras ditas ou *escritas*”. Aparece também, na última entrada: “Linguagem falada”. Dessa forma, percebe-se que o verbo dizer não está veiculado apenas à oralidade, mas também às palavras escritas.

Outro aspecto a ser ressaltado na construção do texto analisado é o uso da repetição e da paráfrase para afirmar e reafirmar sobre a aparência negativa da cidade de São Paulo, como pode-se observar nas sequências 5 a seguir:

5- 5.1 “São Paulo é feia, mas tá na moda” (título)

5.2 “Não que São Paulo não seja feia – é sim. Feia pra caramba” (terceiro parágrafo)

5.3 “Impossível chegar de ônibus na capital paulista [...] e não achar a cidade horrorosa” (terceiro parágrafo)

5.4 “São Paulo pode até ser feia [...]” (terceiro parágrafo)

5.5 “[...] conheci boa parte dos lugares horríveis de Sampa” (quarto parágrafo)

5.6 “vista linda dos arranha-céu na hora do almoço. Só que não.” (quarto parágrafo)

5.7 “São Paulo é feia não por culpa da natureza. É feia por culpa do homem.” (quinto parágrafo)

5.8 “[...] emolduram a cidade com um horripilante céu cinza” (quinto parágrafo)

5.9 “São Paulo é feia, mas está sempre na moda” (oitavo parágrafo)

Castilho (2014, p. 234)²⁶ explica que “a repetição e a paráfrase se integram no processo básico de manutenção da interação”, ou seja, através da repetição e da paráfrase é possível reformular o tópico já mencionado anteriormente. Ao afirmar e reafirmar sobre São Paulo ser uma cidade feia, o autor parece querer mostrar a importância desse seu ponto de vista. Para isso, ele busca sinônimos e intensificadores para o adjetivo feia: “*Feia pra caramba*”, “*horrorosa*”, “*lugares horríveis*”, “*horripilante*”.

Koch (2001, p. 93) explica que a repetição é uma “[...] estratégia básica de estruturação do discurso: os textos que produzimos apresentam uma grande quantidade de construções paralelas, repetições literais enfáticas, pares de sinônimos ou quase sinônimos, repetições da fala do outro e assim por diante”. Ou seja, a repetição já faz parte do nosso processo comunicacional e muitas vezes são suprimidas dos textos escritos mais formais.

Nas sequências analisadas, é possível perceber a repetição da palavra “feia” em diversos pontos do texto. Na sequência 5.2, em especial, a palavra “feia” é repetida seguida do intensificador “pra caramba”. Quando não é afirmado especificamente que a cidade é feia, o autor aponta características que corroboram isso, como o uso de “lugares horríveis” em 5.5 e “horripilante céu cinza” em 5.8. Nesse caso, o autor usa a paráfrase para insistir no seu posicionamento sobre o aspecto negativo da cidade de São Paulo. “Para redizer a ‘mesma coisa’ acaba-se por dizer ‘outra coisa’ [...]” (FUCHS, 1982 apud CASTILHO, 2014, p. 235).

Como já mencionamos anteriormente, inferimos que essa repetição não pode ferir a face do autor, que precisa ser aprovado por todos os tipos de leitores, dadas as intenções de seu texto; por isso o autor usa as estratégias de polidez linguística, com destaque ao uso dos operadores argumentativos, mostrando os pontos positivos de São Paulo, mesmo com a repetição excessiva sobre os aspectos feios da cidade.

De maneira geral, podemos afirmar que a postagem “São Paulo é feia, mas tá na moda” foi escrita de maneira a agradar seu público e esse objetivo, a nosso ver, foi atingido através dos posicionamentos nos comentários, que foram positivos em relação à postagem e levantaram discussões sobre o assunto. Não temos acesso aos números de usuários que leram e aos ganhos financeiros que tal postagem gerou, mas podemos inferir que o blogueiro utilizou estratégias

²⁶ Importante salientar que essa referência consta no capítulo intitulado “A Conversação e o texto”, em que é abordada a questão da oralidade e suas relações com a escrita.

linguísticas, paralinguísticas e não-verbais para que tais números fossem elevados. Veremos como essas estratégias funcionam nas demais postagens do nosso *corpus*, nas subseções seguintes.

3.2- “Devo largar tudo para viajar?”

A postagem “Devo largar tudo para viajar?”, disponível no Anexo B, é também publicação do *Blog 360 meridianos* e de autoria do blogueiro Rafael Sette Câmara. Como os elementos contextuais do *Blog 360 meridianos* já foram tratados na seção anterior, neste ponto de nossas análises iremos focar apenas no uso dos operadores argumentativos que apontam para a polidez do blogueiro e sua preocupação em salvar sua face diante dos leitores.

A postagem em questão foi publicada em 21 de fevereiro de 2014 e trata da experiência vivida pelo autor em uma viagem de volta ao mundo por um ano. A partir disso, ele argumenta sobre a possibilidade de os leitores fazerem o mesmo e dá dicas e alternativas para os que não podem largar tudo para viajar.

Optamos por abordar a argumentação nesse momento de nossas análises porque acreditamos que as interações nos blogs de viagem estão sempre dotadas de alguma finalidade, em especial os próprios blogueiros, que escrevem almejando números elevados de leitores que apreciem o texto e gerem rentabilidade financeira ao blog.

Koch (2003, p. 29, grifos da autora) afirma que o uso da linguagem é essencialmente argumentativo, pois “[...] temos sempre objetivos, fins a serem atingidos; há relações que desejamos estabelecer, efeitos que pretendemos causar, comportamentos que queremos ver desencadeados, isto é, pretendemos *atuar* sobre o(s) outro(s) de determinada maneira [...]”. Além disso, Ducrot (apud KOCH, 2003, p. 29) afirma que a argumentatividade está arrolada na própria língua, uma vez que na Gramática há mecanismos que permitem assinalar a orientação argumentativa dos enunciados. Esta análise será norteadas por esses mecanismos, também chamados de *marcas linguísticas da enunciação ou da argumentação*.

Os elementos da Gramática que mostram a força argumentativa dos enunciados e o sentido para qual apontam são denominados *operadores argumentativos*, termo criado por Ducrot (apud KOCH, 2003, p. 30). O funcionamento dos operadores argumentativos pode ser explicado a partir de duas noções básicas: escala argumentativa e classe argumentativa.

Classe argumentativa pode ser definida como “um conjunto de enunciados que podem igualmente servir de argumento para (apontar para) uma mesma conclusão” (KOCH, 2003, p. 30). Na postagem analisada, todos os argumentos utilizados possuem o mesmo peso para que o interlocutor chegue à mesma conclusão, como veremos a seguir.

Já a escala argumentativa remete aos enunciados que apresentam gradação crescente nos argumentos. Ou seja, é quando diferentes argumentos possuem pesos diferentes, isto é, um argumento é considerado mais forte que outro.

A partir desses conceitos de classe argumentativa e escala argumentativa, o uso dos operadores argumentativos é fundamental para indicar o sentido dos enunciados e sua força argumentativa.

Os operadores argumentativos são essenciais na leitura e produção textual, especialmente nos gêneros das ordens do *argumentar* e do *expor*. São elementos linguísticos importantes na argumentação, uma vez que estabelecem relações entre os segmentos do texto: orações de um mesmo período, períodos, sequências textuais, parágrafos ou partes de um texto. (KÖCHE; BOFF; MARINELLO, 2014, p. 103, grifos das autoras).

No início do texto, é possível perceber que o autor usa marcas linguísticas de argumentação para mostrar ao leitor que é factível largar tudo para fazer uma viagem de volta ao mundo por um ano, conforme esquema abaixo:

Conclusão almejada – É possível largar tudo para viajar

Argumento 1 – “os autores deixaram quase tudo – inclusive empregos – para fazer uma viagem de volta ao mundo e um intercâmbio na Índia.” (primeiro parágrafo)

Argumento 2 – “não é preciso ser rico para viajar pelo mundo por um ano – uma viagem dessas custa o valor de um carro popular.” (segundo parágrafo)

Argumento 3 – “Se três jornalistas recém-formados conseguiram, por que outras pessoas não conseguiriam?” (segundo parágrafo)

Apesar do peso dos argumentos apresentados, o blogueiro sabe que nem todos os leitores terão oportunidade de fazer isso, e, como não quer ferir sua face diante dos leitores, usa estratégias de polidez linguística para abrandar seus argumentos, como nas sequências a seguir:

1- 1.1 *“Desde que contamos essa história, inspiramos muita gente a fazer o mesmo, ou pelo menos sonhar com isso.”* (primeiro parágrafo)

1.2 *“[...]além de muito equilíbrio na hora de tomar a decisão de viajar (ou não).”* (quarto parágrafo)

Nessas sequências, podemos observar o uso do operador argumentativo “ou” que introduz argumentos alternativos que levam a conclusões diferentes ou opostas (KOCH, 2003). O uso desses operadores é de grande importância no contexto dos blogs, que visa obter apreciação por parte dos leitores em geral, portanto, ao escrever sobre largar tudo para viajar, é preciso usar argumentos alternativos para pessoas que não têm possibilidade nenhuma de fazer isso.

Em 1.1, o uso do “ou” mostra a alternativa para quem não pode viajar pelo mundo, mas pode sonhar e planejar uma viagem em outra ocasião, ou com outro tipo de viagem. Em 1.2, o uso do operador argumentativo “ou” mostra que o equilíbrio deve existir tanto na decisão de viajar, como na decisão de não viajar.

Da mesma maneira, o blogueiro constrói sentenças que contrapõem seus argumentos, usando o operador argumentativo “mas”, com a possível intenção de ser polido no seu discurso, como nas sequências 2 a seguir:

2- 2.1 *“Possível é. Mas é preciso combater a ideia glamourizada de que uma longa viagem pode ser feita repentinamente.”* (segundo parágrafo)

2.2 *“Mas e quando a pessoa tem filhos?”* (quarto parágrafo)

2.3 *“ [...] se você quer viajar pelo mundo, mas entende que este não é o melhor momento, planeje-se!”* (quarto parágrafo)

2.4 *“Eu consigo imaginar a frustração de quem quer muito cair na estrada, mas não pode”* (quinto parágrafo)

2.5 *“[...] foi complicado controlar a vontade de comprar a primeira passagem para a Conchinchina. Mas eu não podia fazer isso – afinal nem mesmo tinha dinheiro”* (quinto parágrafo)

Considerando a questão da polidez linguística na construção da postagem analisada, o blogueiro precisa salvar sua face diante dos leitores, que, neste caso, podem ser pessoas que não

têm condições de largar tudo para viajar, por isso ele usa o operador argumentativo “mas” que contrapõe argumentos orientados para conclusões contrárias.

Em 2.1, o operador argumentativo “mas” é usado para contrapor o argumento que “possível é”, mostrando que apesar da possibilidade, é preciso planejamento. Em 2.2, o blogueiro parece supor que o fator “ter filhos” é um empecilho para viajar, transmitindo a ideia de que não é possível largar tudo quando se tem filhos. Na sequência 2.3, a conjunção adversativa “mas” atua como operador argumentativo, mostrando ao leitor outra opção para aqueles não podem largar tudo e viajar. Em 2.4, o “mas” atua como introdutor da contraposição do argumento inicial. Dessa maneira, o autor do texto constrói um efeito de sentido de neutralidade diante de seus argumentos sobre largar tudo e viajar. Em 2.5, o “mas” é usado da mesma forma que os demais, para contrapor o argumento inicial (largar tudo e viajar). Porém, nesse trecho, o autor relata um fato da sua vida pessoal, passando ao leitor o tom de amizade, que, supomos, o faz se identificar com o blogueiro.

Ducrot (apud KOCH, 2003, p. 36) considera o “mas”, conforme já apresentamos na análise anterior, como “operador argumentativo por excelência”. Retomaremos, uma vez que ele será muito importante para as análises seguintes, o esquema de seu funcionamento: “o locutor introduz em seu discurso um *argumento possível* para uma conclusão *R*; logo em seguida opõe-lhe um *argumento decisivo* para conclusão contrária *não-R* ($\sim R$).” A partir disso, Ducrot ilustra esse esquema através da metáfora da balança, de um lado os argumentos que levam a *R*, de outro lado os argumentos que levam a $\sim R$.

No caso do blog analisado, os argumentos oscilam entre a possibilidade de largar tudo e viajar e a não possibilidade de fazer isso. O autor do texto precisa cativar todos os tipos de público e para isso deve mostrar que existe a possibilidade para alguns e não existe a possibilidade para outros. Colocando essas afirmações na balança de Ducrot, teríamos o seguinte:

Quadro 3 – Argumentos do blog na balança de Ducrot

É possível largar tudo e viajar		Não é possível largar tudo e viajar
Possível é.	MAS	é preciso combater a ideia glamourizada de que uma longa viagem pode ser feita repentinamente
		E quando a pessoa tem filhos?
[...] se você quer viajar pelo mundo,	MAS	entende que este não é o melhor momento, planeje-se.
Eu consigo imaginar a frustração de quem quer muito cair na estrada,		não pode.
[...] foi complicado controlar a vontade de comprar a primeira passagem para a Conchinchina.		Eu não podia fazer isso – afinal nem mesmo tinha dinheiro.

Fonte: elaborado pela autora

Percebe-se que, ao usar o “mas” e não o “embora”, o blogueiro opta pela estratégia de suspense (conforme vimos na seção anterior) para fazer um paralelo sobre a possibilidade ou não de viajar. O mesmo acontece na sequência abaixo, porém o “mas” é substituído por “por outro lado”.

3- *“Sim, tirar um ano sabático pode ser uma experiência fantástica. Por outro lado, se isso ainda não é possível para você, evite cair no erro de só viver para trabalhar”* (nono parágrafo)

Em 3, o blogueiro utiliza a mesma estratégia de polidez linguística: afirmar que é possível largar tudo para viajar, mas reconhecer que isso não é viável a todos seus leitores. Por isso, ao usar essa contraposição de argumentos, o blogueiro constrói e preserva sua face diante de seus leitores, que cooperam através dos comentários, elogiando o texto e o blog como um todo.

Essa posição cautelosa que o blogueiro assume, o impede de expor sua opinião pessoal firmemente e faz com que ele demonstre neutralidade, para que possa agradar todos os tipos de

leitores. Inclusive não existe uma resposta exata para a pergunta do título “Devo largar tudo para viajar?”, não existe um “sim” ou um “não” definido no texto sobre isso. Ele apenas expõe sua experiência pessoal e mostra que é uma decisão que deve ser bem planejada.

Portanto, verifica-se uma vez mais a importância da polidez linguística para não ferir a face do blogueiro ao expor seus argumentos. Percebemos a relevância dos operadores argumentativos para abrandar o discurso e construir argumentos que possam agradar a todos os tipos de leitores. Analisaremos, nas subseções seguintes, postagens escritas por outros blogueiros, que nos mostrarão também o destaque das construções linguísticas, paralinguísticas e não-verbais na cooperação do leitor com o texto.

3.3 “Nova York x Londres”

A postagem “Nova York x Londres”, disposta no Anexo C, foi publicada em março de 2015 no *Blog Preciso Viajar*, que é mantido apenas pela blogueira Fernanda Sousa. O texto mostra a opinião da autora sobre as cidades de Nova York e Londres. Assim como os *posts* analisados anteriormente, percebemos que a blogueira utiliza algumas estratégias para aproximar o leitor de seu texto.

Uma vez que o contexto interacional possui relevância em nossos estudos, é preciso destacar alguns pontos do *Blog Preciso Viajar*, uma vez que as características particulares do blog e da blogueira funcionam como importantes pistas de contextualização que sinalizam alguns aspectos significativos às nossas análises.

O *Blog Preciso Viajar* é apresentado em tons de azul, preto e branco. O logo fica no canto superior esquerdo, seguido de um *banner* publicitário. Os ícones do blog aparecem em caixa alta, em fonte branca dentro de um quadro azul. A postagem em questão pertence à seção “Destinos Internacionais”, e nas subseções “Estados Unidos” e “Inglaterra”, uma vez que se trata de dois destinos. Dessa maneira, tanto um leitor interessado apenas por Londres ou apenas por Nova York pode se deparar com essa postagem e se envolver nessa “rivalidade” proposta pela blogueira.

O título da postagem “Nova York x Londres” é apresentado em fonte maior e azul, em caixa alta, com destaque em relação ao corpo do texto. Nas barras laterais há blocos de anúncios e no terceiro bloco aparece a foto da blogueira com o título “A autora” e com a legenda “Fernanda

Souza”. Tal imagem funciona como um *hyperlink* que direciona o leitor (que tenha interesse) a uma postagem sobre a autora do blog²⁷.

Nessa postagem a blogueira cria sua identidade de pessoa viajada, afirmando que já conhece 50 países e pretende conhecer cada vez mais. Além disso, ao se apresentar, ela relata fatos e características de sua vida pessoal, através de uma linguagem informal, usando gírias e humor, de maneira a, possivelmente, aproximar o leitor e criar efeitos de amizade e intimidade.

Tal postagem de apresentação da autora apresenta apenas uma imagem, ela mesma em meio a uma plantação de tulipas com a legenda “Vendo as tulipas na Holanda”. Essa única foto pode funcionar como uma pista de contextualização não-verbal, pois mostra a plantação de uma flor que não é muito comum no Brasil e por isso os brasileiros, público-alvo do blog, tendem a se impressionar com a imagem. Podemos inferir que não foi uma escolha aleatória e sim uma estratégia para impressionar os leitores.

Ao se apresentar a seu público, a blogueira lista suas preferências pessoais, da seguinte maneira: “[...] sou apaixonada por viagens, fotografia, Londres e o pôr do sol”. Essa afirmação tem influência direta na postagem que estamos analisando, pois ela esclarece que Londres é uma de suas paixões na vida.

A preocupação com a polidez e com salvar a face diante dos leitores são mostradas ao longo do texto de diversas maneiras. Através da narração de fatos da vida particular da autora, ela mostra que sua preferência é Londres, mas se preocupa em justificar os motivos pelos quais prefere Londres a Nova York. Como vimos nas outras análises, ter posição firme e desconsiderar a opinião alheia pode ferir a face do blogueiro diante de seus leitores, por isso, como forma de salvar sua face, ela expõe e explica sua predileção por Londres mas deixa claro que Nova York é também uma cidade incrível e os motivos de seu não-favoritismo pela cidade americana.

Ao comparar as duas cidades, percebemos que a autora se preocupa em não difamar Nova York, mesmo com sua preferência por Londres. Essa estratégia linguístico-argumentativa faz com que, possivelmente, ela não “arranhe” sua face diante dos leitores que preferem Nova York. Mesmo com toda subjetividade presente nos blogs, o texto mostra que é preciso ter cuidado ao expor opiniões para não ofender aqueles que possuem opiniões contrárias. Percebemos isso, principalmente, no excerto a seguir:

²⁷ Disponível em: < <https://www.precisoviajar.com/fernanda-souza>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

1- “As duas cidades são fantásticas e todo mundo deveria ter a chance de conhecê-las e escolher qual time quer fazer parte. E por que não fazer parte dos dois times?” (nono parágrafo)

A sequência 1, que finaliza a postagem como uma espécie de conclusão, mostra que não existe uma resposta exata para a rivalidade entre as duas cidades. A nosso ver, a preocupação em salvar sua face é tão evidente que existem mais argumentos explicando os motivos pelos quais Nova York não é a predileta da autora, do que apontando os motivos pelos quais Londres é considerada a preferida.

Importante destacar nesse fragmento 1 a palavra “time”. De acordo com o *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa* (2005), time é definido como “nos esportes coletivos, número de pessoas selecionadas que constituem a equipe”. Ou seja, essa palavra é designada para se referir a esportes. Na linguagem cotidiana informal, a palavra time é também atribuída às pessoas que possuem preferências em comum.

Desde o início da postagem percebe-se essa analogia das cidades com os esportes, mostrando a competição e as torcidas. Inclusive o título da postagem, que mostra a letra X entre as palavras Nova York e Londres, indicando que é uma *versus* a outra, conforme as partidas esportivas. Essa metáfora esportiva age aqui como fator gerador dos efeitos de sentido do texto, ela explica os motivos de pertencer ao “time” Londres e incita seus leitores a fazerem o mesmo nos comentários, como se pertencessem a torcidas de cada cidade.

Dessa maneira, a autora possivelmente parte do princípio de que existem leitores que preferem Londres e outros que preferem Nova York e os categoriza como “torcedores” dessas cidades, como se fossem torcedores de times esportivos. Para isso, desde o começo do texto, ela usa as expressões *#TeamLondon* e *#TeamNY* para referir-se aos que pertencem a times que preferem uma ou outra cidade. Essas expressões são repetidas em alguns comentários dos leitores, que deixam claro a qual “time” pertencem. Isso pode ser observado nas seguintes sequências:

2- 2.1 “[...] mas eu já fui *#TeamNY*” (primeiro parágrafo)

2.2 “Outono em Nova York deixa até o *#TeamLondon* balançado” (legenda da terceira foto)

2.3 “[...] serei sempre *#TeamLondon*” (nono parágrafo)

2.4 “*#TeamNY* então. rs” (resposta ao comentário de Pedro Ricardo)

2.5 “[...] se fosse pra escolher a última viagem da minha vida, ainda sou #teamNY!!”
(comentário de Luisa)

2.6 “E sou #teamlondon total” (comentário de Mah)

2.7 “Sou eternamente #teamlondon na verdade sou #teamUK hahahahahahaha” (comentário de Thêmis)

2.7 “Também sou #TeamLondon” (comentário de Cris)

2.8 “Recomendo à todos!!!! #teamLondon” (comentário de Samanta)

É relevante destacar que essas expressões são precedidas pelo símbolo #, popularmente chamado de “jogo da velha”. Palavras que possuem esse símbolo antecedido formam as *hashtags*, que são muito utilizadas no discurso eletrônico. As *hashtags* são usadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais e funcionam como pistas de contextualização não-verbais, pois inferem o contexto já que se conhece o significado do uso de tal símbolo. “A *hashtag* é uma maneira de identificar e agrupar conteúdo, facilitando a pesquisa de coisas relacionadas a um tema. É muito usada durante eventos ou ocasiões especiais” (ROCHA, 2014, *on-line*). Ou seja, são traços típicos da escrita pela internet e, nesse caso, é utilizado tanto pela blogueira quanto pelos leitores/comentaristas.

Ao utilizar as *hashtags* #TeamNY e #TeamLondon, a blogueira opta por empregar a língua inglesa nessas expressões, e isso nos direciona a alguns possíveis motivos: ambas as cidades às quais a postagem se refere, possuem a língua inglesa como língua oficial, as *hashtags* em língua inglesa já existiam a partir de outras redes sociais, os leitores se familiarizam mais com esse tipo de expressão na língua inglesa, e utilizá-los pode remeter às variantes linguísticas de um determinado grupo social, jovens, bilíngues etc., que são os interlocutores em potencial.

Além disso, existe o fato da vida pessoal da blogueira, que, conforme divulgado por ela, já morou em Londres e provavelmente tem fluência (e sofre influência) no idioma britânico. Portanto, ela cria uma identidade de pessoa bilíngue/poliglota e, por isso, podemos aventar a hipótese de que em seu estilo de escrita misturam-se algumas palavras do idioma inglês, já que isso é observado com alguma frequência e é também repetido nos comentários, por alguns leitores:

3- 3.1 “Lembro até que prometi para mim mesma que nunca mais voltaria, mas Karma is a bitch!”
(terceiro parágrafo)

3.2 “[...]o brasileiro – de maneira geral – é muito fã do American Way of Life (estilo de vida americano) [...]” (sexto parágrafo)

3.3 “[...]me convenceu a fazer um preparatório do IELTS com ela [...]” (sétimo parágrafo)

3.4 “Pra mim Nova York é unbeatable [...]” (comentário de Pedro Ricardo)

3.5 “#amywinehouseforever” (comentário de Priscila)

3.6 “Tower Bridge realmente é um dos lugares mais lindos que já vi na vida [...]”(resposta ao comentário de Luisa)

Apenas a expressão *American Way of life* é traduzida - entre parênteses, as demais expressões são usadas partindo do pressuposto de que os leitores conhecem seus significados. Isso demonstra a influência do idioma inglês nas redes sociais em geral e também nos blogs de viagem. É possível dizer que os usos dessas expressões não geraram nenhum mal-entendido nas interações, ao contrário, parece que aproximaram os leitores do texto, e que, inclusive, utilizaram esse tipo de construção nos comentários. A partir disso, podemos perceber que o texto constrói, a partir dessas marcas, uma imagem (um perfil) do leitor para quem se escreve.

Além dos vocábulos em língua inglesa, merece destaque também as gírias, frequentes nos textos orais, que podem ser encontrados em diversas partes desse texto escrito, como nas sequências a seguir:

4- 4.1 “O problema é que há uma overdose de Nova York no mundo [...]” (quarto parágrafo)

4.2 “Não satisfeita em aparecer nos filmes, ela aparece nos seriados [...]”(quarto parágrafo)

4.3 “Ela colocou na cabeça que um dia iria morar em Londres [...]”(sétimo parágrafo)

4.4 “[...] não tinha dinheiro para bancar uma pós-graduação por lá [...]”(sétimo parágrafo)

A palavra “overdose” usada na sequência 4.1 e diversas outras vezes ao longo do texto refere-se ao excesso de informações e locações na cidade de Nova York. Nesse ponto, é interessante destacar a escolha lexical da blogueira, que poderia ter utilizado “demasia”, “excesso”, “exagero”, “superabundância” para se referir a essa grande quantidade de referências e comunicações sobre Nova York.

A palavra “overdose”, de acordo com o *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*, significa “dose excessiva, geralmente de tóxico, ministrada a alguém ou a si próprio”. Já no dicionário inglês

Longman Dictionary of Contemporary English (tradução nossa) a palavra *overdose* possui duas entradas: “muito de uma droga tomada ao mesmo tempo”²⁸ e “muito de algo, especialmente algo nocivo”²⁹. Dessa maneira, a escolha e a repetição da palavra “*overdose*” poderia remeter o leitor a uma possível comparação de Nova York com algo nocivo. Mas aparentemente isso não acontece, os leitores parecem perceber que a palavra “*overdose*” foi usada no sentido de “grande quantidade” e por isso parece ser bem aceita pelos leitores e até repetida em um dos comentários.

Na sequência 4.2, a blogueira fala sobre o excesso de aparições da cidade de Nova York na mídia. Ao fazer isso, ela escolhe palavras que personificam a cidade americana, como se fosse uma “pessoa” famosa. A expressão “não satisfeita”, remetendo a “não contente”, são adjetivos que aludem a sentimentos humanos e não a uma cidade. Essa construção gera um efeito de sentido que navega entre a ironia e humor. Isso foi possível porque a blogueira se utilizou da figura de estilo denominada “*prosopopeia*”, que explora o sentido conotativo das expressões, atribuindo a seres inanimados ou irracionais as qualidades, sentimentos e crenças dos seres humanos.

As sequências 4.3 e 4.4 apresentam vocabulário gírio, como em “colocou na cabeça” no sentido de “adquiriu uma ideia fixa” e “banciar” significando “financiar”. Essas palavras também não são explicadas ao leitor. A autora parte do princípio de que seus leitores conhecem o significado dessas expressões e as usa como forma de mostrar maior proximidade com seu público, associar o seu texto a elementos da oralidade e a situações informais, além de passar a ideia de vocabulário juvenil e contemporâneo.

Aliás, como já vimos anteriormente, a gíria é típica da linguagem oral e seu uso na escrita é um importante recurso linguístico para criar uma interação mais eficiente com o leitor. E isso realmente acontece, pois, de acordo com os comentários da postagem, os leitores gostaram do texto e cooperaram com ele, expondo suas opiniões pessoais sobre Nova York e Londres.

A postagem apresenta também marcadores conversacionais, importantes traços linguísticos que remetem à conversação espontânea face a face e aproximam o leitor do texto, produzindo efeitos de amizade, intimidade e informalidade, como mencionado. Observe as sequências 5 a seguir:

5- 5.1 “*Então, quando me perguntam se devem escolher [...]*” (sétimo parágrafo)

²⁸ “*too much of a drug taken at one time*”

²⁹ “*too much of something harmful*”

5.2 “*Eu tinha uma amiga que era apaixonada pelo Jude Law (vai vendo) e ela [...]*” (sétimo parágrafo)

5.3 “[...] *ter a chance de conhece-lo ou alguém tipo ele (aham).*” (sétimo parágrafo)

5.4 “*E foi assim que ela me convenceu a fazer um preparatório do IELTS com ela [...]*” (sétimo parágrafo)

Essas sequências mostram o uso dos marcadores conversacionais no texto escrito. Podemos perceber que nos excertos 5, o efeito de sentido que esses marcadores podem causar no leitor é de uma conversação face a face com uma amiga, relatando fatos de sua vida pessoal, com simulação de turnos conversacionais.

A representação de uma conversa com o leitor fica claro ao usar os marcadores que iniciam o tópico, em 5.1 (então) e 5.4 (e foi assim que) e os marcadores mediais “aham” e “vai vendo” (em 5.2), que simulam uma concordância do leitor/interlocutor. No caso da sequência 5.3, o “aham” indica ironia, uma vez que conhecer alguém do tipo do ator Jude Law é um fato muito improvável. Essa expressão é usada frequentemente na linguagem oral informal, no sentido de uma concordância irônica.

A parentetização, de que já tratamos anteriormente, é também constante, tanto na postagem da blogueira quanto nos comentários dos leitores, conforme excertos abaixo:

6- 6.1 “*Lógico que Nova York tem muita coisa interessante (e como tem).*” (quinto parágrafo)

6.2 “[...] *é muito fã do American Way of Life (estilo de vida americano) [...]*” (sexto parágrafo)

6.3 “[...] *particularmente não me atrai muito (e já morei nos Estados Unidos).*” (sexto parágrafo)

6.4 “*Eu tinha uma amiga que era apaixonada pelo Jude Law (vai vendo) e ela [...]*” (sétimo parágrafo)

6.5 “[...] *ter a chance de conhece-lo ou alguém tipo ele (aham).*” (sétimo parágrafo)

6.6 “[...] *ela me convenceu a fazer um preparatório do IELTS com ela (coisa que sou grata até hoje)*” (sétimo parágrafo)

6.7 “[...] *ela desistiu porque conheceu um brasileiro (nada parecido com o Jude Law)*” (sétimo parágrafo)

6.8 “*Talvez por ser uma cidade que não está tão presente assim no nosso dia a dia (mesmo que no dia a dia televisivo)*” (oitavo parágrafo)

6.9 “[...] *faz parte do meu Top3 (Paris, NY e Londres, nessa ordem,rs).*” (comentário de Karol)

6.10 “[...] *já tenho inglês fluente (Tb fiz intercâmbio nos EUA) porém nunca fiz o teste*” (comentário de Roxana)

Como já foi mencionado anteriormente nesse capítulo, os parênteses são usados para fazer pequenos comentários que não desviam a centração tópica. Dentre as sequências 6, apenas a 6.2 diferencia-se das demais por se tratar de uma tradução do idioma inglês, assunto de que já tratamos previamente.

Nos demais trechos parentéticos mostrados em 6, percebe-se que os parênteses são usados para expor pequenos comentários, na maioria das vezes para ressaltar (em 6.1 e 6.3), justificar (6.10) e explicar (6.8 e 6.9) o tópico em questão.

Em 6.4 e 6.5, os segmentos “(aham)” e “(vai vendo)” são importantes marcas de interação com o leitor e remetem à oralidade. Além disso, o próprio uso dos parênteses indica uma certa proximidade autor-leitor, como explica Bechara:

Acerca dos parênteses [...], vale lembrar, como fez Catach, que assinalam um isolamento sintático e semântico mais completo dentro do enunciado, além de estabelecer maior intimidade entre o autor e o seu leitor. Em geral, a inserção do parêntese é assinalada por uma entonação especial (BECHARA, 2009, p. 612).

Já vimos que a intenção mercadológica dos blogueiros de viagem é conquistar seus leitores para que haja cooperação com o texto a partir das ferramentas das redes sociais, como compartilhar, curtir, comentar, seguir etc. Dentro desse contexto, percebe-se que o uso dos segmentos parentéticos (6) pode contribuir para aproximar o leitor do texto porque acrescenta informações em um tom mais amigável, trazendo, possivelmente, descontração e familiaridade na relação autor-leitor.

Com relação às imagens dispostas ao longo da postagem, elas funcionam como pistas de contextualização não-verbais, pois ocupam um lugar de destaque, por estarem dispostas em grandes proporções. Além disso, existem mais fotos de Nova York do que de Londres, possivelmente

mostrando a preocupação da autora em não ser tendenciosa em relação à sua cidade preferida (Londres).

Observando os comentários publicados, podemos inferir que os leitores cooperaram com o texto, pois a postagem possui, até o momento dessa pesquisa, 32 comentários de diferentes tipos de leitores, que demonstraram apreciação ao texto postado, independente se são do “time” Londres, Nova York ou nenhum dos dois. A maioria dos comentários dos leitores elogiam o texto postado e concorda com a opinião da blogueira sobre Londres e sobre a “overdose” de Nova York nas mídias.

Por exemplo, o comentário da leitora Gabi, que, apesar de não ter a mesma preferência por Londres, como a blogueira, constrói seu comentário com alguns traços linguísticos também presentes na postagem, como o uso de gírias e vocabulário informal (“sonho doido”, “meu coração não chorou”, “eu meio que nem queria gastar férias”), uso de abreviação (“MTO”), de traços de intimidade (“Beijos”), de onomatopeias indicando risadas (“hahaha”) além da narração de fato de sua vida particular, explicando os motivos pelos quais sua opinião é diferente da blogueira.

Outro comentário que podemos destacar é o de Carol que, ao contrário dos demais comentaristas, não constrói sua identidade de pessoa com vasta experiência em viagens, mas de pessoa que deseja viajar e pesquisar sobre o assunto. Por isso, ela compartilha com a blogueira sua expectativa de conhecer Londres e Nova York em breve e poder utilizar as dicas do blog. Por esse motivo, ela não pode se posicionar sobre a qual “time” pertence. A autora responde o comentário de Carol solicitando que ela “Volte para dizer qual gostou mais”, pedindo a cooperação da leitora sobre esse assunto, não importando a data, uma vez que os comentários dos blogs estão sempre abertos ao público, independente da data da postagem.

O comentário de Roxana, escrito um ano e meio após a publicação da postagem é mais específico. Ela não se posiciona sobre Londres nem Nova York, ela apenas pergunta detalhes particulares da experiência vivida pela blogueira. Isso significa que as experiências de vida pessoal que a autora relatou em seu blog podem servir de inspiração para que seus leitores façam o mesmo, contribuindo para a identidade de pessoa influente e influenciadora de opinião. Além disso, fatos específicos relatados (nesse caso, curso de idioma) podem servir para instaurar novos tópicos conversacionais, que foi o que ocorreu nesse comentário.

A partir dessas análises da postagem “Nova York X Londres”, percebemos a importância dada aos traços de escrita íntima e informal. A blogueira mobilizou expressões gírias, vocábulos em inglês, *hashtags*, marcadores conversacionais, sequências narrativas de vida pessoal, etc., o que

contribuiu para que o leitor pudesse considerá-la como uma simpática amiga, e por isso há um grande número de comentários, que apresentam também tais marcas linguísticas, e efetivando a cooperação do leitor com o texto.

3.4 “Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?”

O *post* “Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?”, disposto no Anexo D, foi escrito pelo blogueiro Rafael Carvalho e publicado no *Blog Esse mundo é nosso* em 23 de novembro de 2016. A postagem trata de um destino específico - Cartagena de Índias, na Colômbia - e sobre o fato de o blogueiro não considerar suas praias tão atrativas. Mas, para salvar sua face, ele cita e elogia diversos outros pontos turísticos.

O *Blog Esse Mundo é nosso* é assinado por dois blogueiros: Rafael Carvalho e Adolfo Nomelini e na postagem intitulada “Quem somos”³⁰ eles se apresentam a seus leitores através de identidades de pessoas com bastante experiência em viagens, pois afirmam que já visitaram mais de 35 países. Além disso, eles explicitam sua formação acadêmica (“jornalistas pós-graduados em conteúdo digital”) com possível intenção de dar mais credibilidade ao blog, uma vez que tais formações podem contribuir para o sucesso deste mesmo blog. Essas informações são relevantes na análise dos dados contextuais dessa interação, uma vez que mostram o processo de figuração (GOFFMAN, 2009, p.23) que os blogueiros apresentam/representam diante de seus leitores.

É relevante destacar que uma importante característica do Blog de Viagem é dar informações adicionais às dos guias turísticos e panfletos de agências de viagens, e compartilhar experiências pessoais que, geralmente, não existem nessas publicações. A partir disso, o blogueiro inicia seu texto esclarecendo que essa é a principal justificativa da postagem:

*I- “Você já deve ter se deparado algumas vezes com anúncios que falam de ‘Caribe colombiano’ e incluem as praias de **Cartagena** como se elas fossem paradisíacas. Pois não é bem assim”.*
(primeiro parágrafo)

A partir dessa introdução do texto, e até mesmo do seu título, supomos que o autor quer deixar claro aos seus leitores que as praias de Cartagena não fazem parte do imaginário coletivo

³⁰ Disponível em: < <https://www.essemundoenosso.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

das praias do Caribe (paradisíacas). Essa confusão pode ser gerada porque Cartagena é uma cidade banhada pelo mar do Caribe.

Ao usar a expressão “não é bem assim”, ele demonstra firmemente sua opinião sobre as praias de Cartagena, que não são paradisíacas. A polidez linguística está presente nas afirmações indiretas sobre o aspecto negativo das praias desse destino. Ao contrário da postagem analisada anteriormente, que afirma explicitamente que São Paulo é feia, nessa postagem a mesma afirmação é atenuada por elogios a outros pontos turísticos ou feita sobre forma de negação, como nos seguintes excertos:

2- 2.1 “[...] as praias de Cartagena não são sua maior atração” (título)

2.2 “Qualquer um que viaje pra lá em busca do azul caribenho pode se decepcionar bastante” (segundo parágrafo)

2.3 “São tantos os motivos pra viajar pra lá que eu usaria muitas linhas desse texto (e sua paciência) para descrever a cidade. Mas uma coisa é fato: as praias não fazem parte da lista.” (terceiro parágrafo)

2.4 “A diferença é que qualquer praia ‘nossa’ é possivelmente mais bonita que a de lá” (quarto parágrafo)

2.5 “Fizemos até uma lista com motivos pra você não se decepcionar antes de ir pra lá.” (sétimo parágrafo)

2.6 “Ok, elas são bonitas. Não estou dizendo que Islas del Rosario ou Baru sejam feias. Claro que não chegam aos pés das praias mais lindas do Caribe, até mesmo da colombiana San Andrés. Mas é que a experiência que talvez você espere de dias do Caribe não sejam oferecidas por aqui.” (oitavo parágrafo)

2.7 “Cartagena tem o calorão caribenho, tem o clima animado caribenho, o sorriso no rosto caribenho, as músicas caribenhas... Mas pode não oferecer o Caribe que você procura” (11º parágrafo)

Essas sequências mostram as estratégias de polidez linguística utilizada pelo blogueiro para atenuar a afirmação de que as praias de Cartagena são “feias”. Como já vimos nas demais postagens analisadas, os blogueiros precisam ser polidos para poderem agradar a todos os tipos de leitores e não podem, a nosso ver, ferir sua face afirmando diretamente aspectos negativos da cidade. Por

isso, percebemos que os demais pontos turísticos da cidade, com exceção das praias, são destacados no texto, como nos seguintes trechos:

3- 3.1 *“O que torna Cartagena tão mágica é sua cidade colonial amuralhada (Patrimônio da UNESCO), seu povo animado, seu clima, seu pôr do sol inesquecível...”* (segundo parágrafo)

3.2 *“São tantos os motivos pra viajar pra lá que eu usaria muitas linhas desse texto (e sua paciência) para descrever a cidade.”* (terceiro parágrafo)

3.3 *“Cartagena é sim uma cidade apaixonante. Como disse no começo do texto a cidade colonial espanhola cercada por muralhas é super bem preservada,, tem uma energia vibrante, museus, mirantes, bares, restaurantes, atividades de lazer e ótimos hotéis.”* (nono parágrafo)

Pela análise das afirmações e das construções linguísticas em 3, percebe-se que há o intuito argumentativo de convencer o leitor a visitar Cartagena, mesmo que as praias não sejam sua principal atração. Por isso, o texto é finalizado da seguinte maneira:

4- *“Não deixe isso te desanimar. Vá com a mente aberta pra viver a cidade e também para conhecer as praias de Cartagena. Só saiba aceitá-las da forma como elas são.”* (12º parágrafo)

Essas sequências, que são conselhos aos leitores, podem produzir a imagem do blogueiro como viajado e experiente, capaz de fazer afirmações e dar conselhos sobre o assunto porque realmente entende deles. Essa identidade de profissional e especialista em assunto de viagens pode funcionar também como uma estratégia usada pelo blogueiro para, possivelmente, conquistar muitos leitores, tornar-se um importante formador de opinião e poder influenciar na escolha do destino. Essa técnica perpassa também as postagens analisadas anteriormente.

Essa identidade de especialista sobre o assunto é reforçada quando o autor cita ou narra fatos de sua vida pessoal e experiência em viagens, além de reforçar o efeito de amizade e intimidade entre autor e leitor, como nas sequências 5 a seguir:

5- 5.1 *“[...] eu mesmo já fui duas vezes [...]”* (sexto parágrafo)

5.2 *“Eu passaria uma semana por ali me perdendo por essas vielas fotogênicas como nenhum outro lugar na América do Sul tem.”* (décimo parágrafo)

5.3 “*O intuito desse post foi só deixar claro uma informação que encontrei em poucos lugares quando fui na primeira vez.*” (11º parágrafo)

Nessa postagem, os *hyperlinks* possuem papel fundamental na dimensão mercadológica do blog. Como já discutimos no primeiro capítulo, o leitor de blog de viagem é quem conduz seu fluxo de leitura, que pode ser direcionado infinitas vezes para outras páginas, seja através de *hyperlinks*, ou não, sempre depende da vontade própria do leitor. Ao longo da postagem analisada, existem *hyperlinks* que complementam as informações turísticas da cidade, e são iniciados pelo símbolo +, remetendo a “saiba mais” ou ‘mais informações’, como nas sequências 6 abaixo:

- 6 6.1 “+ *Guia completo pra você planejar sua viagem pra lá*” (após terceiro parágrafo)
- 6.2 “+ *Confira dicas de hotéis na cidade*” (após nono parágrafo)
- 6.3 “+ *Todas as dicas pra sua viagem pra lá*” (ao final do texto)
- 6.4 “+ *Onde se deliciar num almoço na cidade*” (ao final do texto)
- 6.5 “+ *Não sabe onde se hospedar? Nós ajudamos*” (ao final do texto)

O leitor que se interessar em visitar a cidade, terá todas as informações necessárias dentro do mesmo blog. O mesmo acontece com outras atrações turísticas que são citadas ao longo do corpo do texto, como “Bocagrande”, “Islas del Rosario” e “Playa Blanca de Baru”, que são *hyperlinks* que direcionam o leitor, que opte por isso, às páginas que contêm mais informações sobre tais destinos.

As referências em relação ao Caribe são recorrentes ao longo da postagem e, sob o viés da Sociolinguística Interacional, as trataremos como pistas de contextualização linguísticas. Ao se referir – construir objetos do mundo – o blogueiro elabora uma posição a respeito do assunto e sinaliza seus propósitos comunicativos: convencer o leitor de que as praias de Cartagena não são como as praias do Caribe. E, para referir-se ao Caribe, ele usa as seguintes construções:

- 7- 7.1 “*Qualquer um que viaje pra lá em busca do azul caribenho pode se decepcionar bastante.*” (segundo parágrafo – grifos e *hyperlink* do autor)
- 7.2 “*Mas por que então falam de Cartagena como Caribe? Onde está o mar azul?*” (quinto parágrafo)

7.3 “[...] *você pode não encontrar aquele Caribe dos sonhos.*” (sexto parágrafo)

7.4 “[...] *não chegam aos pés das praias mais lindas do **Caribe** [...]*” (oitavo parágrafo – grifos do autor)

7.5 “[...] *a experiência que talvez você espere de dias do Caribe não sejam oferecidas por aqui*” (oitavo parágrafo)

7.6 “*Cartagena tem o calorão caribenho, tem o clima animado caribenho, o sorriso no rosto caribenho, as músicas caribenhas... Mas pode não oferecer o Caribe que você procura.*” (11º parágrafo)

Podemos perceber que o autor usa a referência de Caribe como algo bom, agradável, bonito e desejável ao leitor, principalmente em relação às praias. Pela análise das construções 7, percebemos que as referências usadas funcionam como pistas que inferem o propósito argumentativo da postagem: Cartagena não possui praias bonitas que possam ser referidas como as praias do Caribe – que são paradisíacas.

Nesse ponto, o blogueiro utiliza estratégias que aliam tecnologia à linguagem, pois a expressão “azul caribenho”, em 7.1, funciona como um *hyperlink* que direciona o leitor, que opte por isso, a conhecer a referência que o autor faz de praias do Caribe – Barbados e Punta Cana.

Portanto, caso o leitor esteja procurando realmente as “praias paradisíacas” e o “azul caribenho”, que, conforme ressaltado na postagem, não existe em Cartagena, esse *hyperlink* direciona a outros destinos, dentro do próprio blog (Barbados e Punta Cana). Nesse caso, a estratégia de marketing parece funcionar com êxito porque caso o leitor tenha se desinteressado por Cartagena devido às praias não serem como a referência de praias do Caribe, o blog dá a opção de outros lugares, com praias “paradisíacas” para o leitor pesquisar e se informar.

Em relação às interações via comentários, percebemos que essa postagem possui uma quantidade inferior de comentários dos leitores em relação às demais postagens analisadas. Não é possível afirmar com convicção o motivo, mas podemos inferir, pela análise das pistas de contextualização, que a falta de resposta aos comentários pode ter sido uma importante questão relativa à cooperação dos leitores.

A ferramenta comentários nos blogs de viagem possui muita relevância. É através dos comentários que os leitores se posicionam em relação ao texto publicado. Nessa postagem, existem dois comentários que elogiam o texto:

8- 8.1 “*Adorei o texto, Rafael. Muito esclarecedor.*” (comentário de Kele Oliveira)

8.2 “*Adorei o post!! Vou pra lá daqui uma semana [...]*” (comentário de Fernanda Rangel)

As sequências 8 mostram posições favoráveis em relação à publicação. Podemos inferir que as leitoras (em 8) usam o verbo “adorar” para dar destaque ao fato de terem gostado muito do texto postado. De acordo com o *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*, a palavra “adorar” significa “amar extremosamente”, ou seja, as leitoras demonstram com ênfase, a partir de construções linguísticas, em especial de escolhas lexicais, o apreço pelo texto publicado.

Como já vimos, a conversação é regida por pares conversacionais, e para cada elogio pressupõe-se um agradecimento. Isso não acontece, o blogueiro não agradece aos comentários de elogios e nem mesmo responde nada, a nenhum de seus leitores/comentaristas. Essa ausência de resposta pode ferir a face do blogueiro, uma vez que os leitores demonstraram cooperação com seu texto e não tiveram nenhum retorno em relação a seus posicionamentos.

Na sequência 9 abaixo, o leitor faz perguntas diretas ao blogueiro sobre o destino em questão e também fica sem resposta alguma.

9- “*temos um período de férias em outubro e consideramos Cartagena e San Andrés. O que vc acha? Será que chove o dia todo?*” (comentário de Pedro Tomponi)

Como vimos nas sequências 5, o blogueiro constrói, por meio de estratégias linguísticas, uma imagem que demonstra ter amplo conhecimento sobre o assunto e entender bastante de viagens e destinos. Por isso, o leitor quer aproveitar essa experiência para desfrutar de mais dicas sobre o referido destino turístico. O par conversacional pergunta-resposta não foi, nesse caso, respeitado: a pergunta aconteceu, mas não houve nenhuma resposta.

A falta de resposta poderia significar, *a priori*, que não existe resposta para a pergunta ou que o interlocutor desconhece a resposta. Porém, observando o contexto da situação, em que nenhum comentário de leitor foi respondido, podemos aventar a hipótese de que o blogueiro talvez nem tenha lido tais comentários.

No âmbito atual dos blogs de viagem, em que leitores podem ser considerados clientes, a falta de resposta por parte do blogueiro pode produzir o efeito de um certo desprezo pelos seus

leitores e isso contribui para ferir a face do blog e do blogueiro diante de seu público, que pode se sentir ofendido com essa falta de atenção, uma vez que existem blogueiros que, de fato, respondem a todos comentários, como nos demais blogs analisados anteriormente. “Se os eventos estabelecem para uma pessoa uma face melhor do que a que seria de se esperar, esta pessoa tende a se ‘sentir bem’; se suas expectativas comuns não são preenchidas, espera-se que ela se ‘sinta mal’ ou se ‘magoe’” (GOFFMAN, 1980, p. 77). Ou seja, os leitores criam expectativa de resposta por parte do blogueiro e, como isso não acontece, eles podem se sentir mal pela situação, não cooperando mais com blog e escolhendo outro para ler, pedir dicas, compartilhar e seguir.

Se por um lado a interação blogueiro-leitor não existe nesse blog, por outro lado há a interação leitor-leitor. Isso mostra que o blog também funciona como uma espécie de fórum, onde é possível fazer novas amizades, trocar dicas de viagens entre leitores e até encontrar companheiros para viajar. Nessa postagem, isso acontece no seguinte excerto:

9- 9.1 “*Alguém indo em fevereiro para Cartagena ?*” (comentário de Luis Felipe)

9.2 “*opa luiz, estarei embarcando dia 16/02 para cartagena*” (comentário de Helio Adenir Puppo)

As sequências 9 mostram uma conversa via comentários da postagem. Não é feita nenhuma menção ao texto ou ao blogueiro, mas como o assunto é a cidade de Cartagena, o leitor Luis Felipe, em 8.1, infere que muitos leitores possam estar com viagem planejada para esse destino e pergunta diretamente se alguém vai em fevereiro.

Apesar da pergunta ser apenas sobre a possibilidade de algum leitor estar indo a Cartagena em fevereiro, podemos pressupor que ele próprio vai em fevereiro e quer encontrar possíveis companheiros de viagem.

O leitor Helio responde à pergunta de Luis Felipe, em 8.2, usando o marcador conversacional “opa” e afirmando sua data exata de embarque para Cartagena. Nesse caso, o par conversacional pergunta-reposta é utilizado com eficiência pelos leitores: em 8.1 há uma pergunta interrogativa direta e em 8.2 há a resposta para essa pergunta.

O marcador conversacional “opa” indica o início de turno da resposta e a utilização da linguagem em 8.2 tende à simpatia e amizade, através do uso desse marcador, do nome do leitor/interlocutor “luiz” e da afirmação detalhada sobre a data específica da viagem.

Podemos apreender, então, que os blogs de viagem são excelentes locais de interação *on-line*, não apenas entre blogueiros e leitores, mas também entre leitores. O texto postado pelo blogueiro serve para instaurar o tópico conversacional, no qual a interação vai se desenvolver.

Portanto, verifica-se que a seção de comentários de um blog de viagem pode virar um fórum de discussão sobre viagens, destinos e reflexões, em que os leitores têm oportunidade de fazer amizades, combinar de viajarem juntos, de se encontrarem no destino, ou apenas trocarem dicas entre si, sem a necessária intervenção do blogueiro.

Nesse contexto em que os comentários dos blogs acabam virando fóruns de discussão sobre viagens, podemos compreender o blog de viagens como um “locus” para existência de um conjunto de gêneros textuais e discursivos ali manifestados. E isso reforça nossa hipótese que considera os blogs como suporte e não como um gênero específico.

As imagens dispostas ao longo da postagem funcionam como pistas de contextualização não-verbais, que fundamentam os argumentos do blogueiro. A primeira e a última imagem mostram a cidade de Cartagena, com cores vibrantes e bela arquitetura. Já as demais fotos apresentam imagens de algumas praias de Cartagena (ou nas proximidades) e mostra que elas realmente não são tão bonitas. A escolha das imagens não é aleatória, o blogueiro possui a intenção de convencer o leitor do seu ponto de vista sobre as praias de Cartagena e, ao dar destaque a fotos que mostram a beleza arquitetônica da cidade ao invés da beleza natural das praias, o leitor pode compreender e aceitar melhor os argumentos defendidos pelo blogueiro.

De maneira geral, podemos perceber que tanto essa como as outras postagens utilizam estratégias linguísticas para aproximar o leitor do texto, como marcas de oralidade e da conversação informal. Também notamos estratégias de polidez em todas as postagens, independente do assunto ou do tipo de *post*, de reflexão sobre viagens em geral ou sobre destinos específicos, de uma maneira ou de outra os blogueiros, nos textos analisados, preocupam-se em salvar suas faces, agradar e aproximar diversos tipos de leitores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa pesquisa, tomamos como objeto de estudo os blogs de viagem pois acreditamos ser um espaço fértil para analisar interações *on-line*. Para isso, julgamos necessário contextualizar a história dos blogs no Brasil e no mundo, em especial os blogs de viagem. A partir disso, percebemos que o discurso eletrônico possui suas características particulares, essenciais às nossas análises, como a multimodalidade, os *hyperlinks*, a escrita estilizada, a relação com a modalidade falada da língua.

Essa última característica da linguagem *on-line* nos levou a levantar alguns estudos sobre Oralidade e Escrita que nos mostrou a tendência das interações via internet apresentarem uma mistura entre o oral e o escrito. Ao analisarmos os blogs de viagem, percebemos a natureza híbrida dos textos presentes nesse tipo de interação *on-line*. Conforme Alves (2010, p.168) percebeu ao analisar seu *corpus* composto por *e-mails*, percebemos também que os textos estudados “alia os recursos próprios da escrita à instantaneidade, ao imediatismo da fala”, mesmo não sendo interações síncronas.

As quatro postagens analisadas apresentam uma relação fundamental com a modalidade falada da língua, e isso permite a construção de variados efeitos de sentido, como um maior efeito cooperativo do leitor, aproximando-os através das marcas que geram efeitos de intimidade e amizade. É como se o leitor se sentisse envolvido pelos traços de uma narrativa oral, manifestada na escrita.

As marcas de oralidade que apareceram com mais frequência foram a repetição, o uso de marcadores conversacionais, as escolhas lexicais (como vocabulário gírio e linguagem afetiva) e o uso da parentetização. Essas marcas de oralidade, segundo Barros (2009, p. 43) produzem efeito de sentido de “proximidade; descontração, informalidade; falta de acabamento, de completude; caráter passageiro; simetria, reciprocidade”.

Importante salientar que “[...] são as circunstâncias de produção e uso que determinam as semelhanças e as dessemelhanças entre as duas modalidades [oral e escrita] e a seleção de uma delas, por parte do falante/escritor, no momento da interação”. (ALVES, 2010, p.169). Ou seja, os traços apontados aqui referem-se ao contexto específico das interações nos blogs de viagem, o mesmo não vale para todos os contextos de discurso eletrônico.

Considerando que há gêneros mais próximos da fala e outros mais próximos da escrita, conforme vimos a distribuição dos gêneros textuais no contínuo (MARCUSCHI, 1997, p. 137)³¹, podemos considerar as postagens analisadas mais próximas da fala que da escrita, semelhante à conversa pública, debates, entrevistas, piadas. Verificamos e analisamos marcas de oralidade no texto escrito e as consideramos estratégias linguísticas de aproximação do leitor.

Uma vez situada a sólida presença da oralidade na escrita dos blogs de viagem, optamos por ancorar nossas análises em teorias que concebem a linguagem como lugar de interação humana, considerando toda situação comunicativa e o contexto sócio histórico e ideológico. Por isso elegemos as teorias da Análise da Conversação e da Sociolinguística Interacional, que foram fundamentais em nosso processo analítico.

Ao investigar as interações *on-line* nos blogs de viagem, a partir de teorias que consideram a linguagem como prática social, foi possível refletir sobre as estratégias linguísticas, paralinguísticas e não-verbais utilizadas por usuários nesses contextos autênticos de uso.

Percebemos que traços típicos da conversação informal e face a face são frequentes, além disso, as construções utilizadas pelo blogueiro apontam para a busca da cooperação do leitor e, para atingir esse fim, ele usa artifícios linguísticos, paralinguísticos e não-verbais que salvam sua face.

Considerando o valor mercadológico de cada leitor de blog de viagem, é imprescindível que as postagens sejam apreciadas por todos e gerem grande número de comentários favoráveis, por isso é importante o uso de operadores que contrapõem argumentos orientados para conclusões contrárias. Ou seja, o autor quer mostrar ao leitor seu ponto de vista de alguma maneira, mas ao mesmo tempo percebe que há leitores que não concordam, por isso ele mostra as alternativas para obter um efeito cooperativo melhor, com todos os tipos de leitores, sendo polido e não ferindo sua face diante de seu público.

Através disso, percebemos que os blogs de viagem tornaram-se um braço da publicidade e do jornalismo, transformando a ferramenta da interação em ferramenta publicitária. Dessa forma, percebemos que as estratégias utilizadas pelos blogueiros possuem intenção de agradar e aproximar seu leitor, que é considerado um cliente.

Além disso, verificamos como as pistas de contextualização são essenciais para a construção do contexto e da identidade dos autores e leitores. As escolhas lexicais, a referência, a

³¹ Ver Quadro 1

repetição, os relatos das experiências de vida pessoais funcionam como importantes inferências sobre os propósitos conversacionais. O mesmo acontece com as pistas paralinguísticas como o uso dos *emoticons*, da escrita estilizada, dos alongamentos e das ênfases. As imagens funcionam como pistas não-verbais, que reafirmam os argumentos tratados nos textos.

Inclusive as pistas de contextualização nos levaram a observar que em todos os blogs que analisamos, os blogueiros apresentam-se como jornalistas, mostrando um certo profissionalismo nas postagens, e deixando claro que não é apenas um blog desprezioso, mas sim um blog profissional, composto por pessoas qualificadas na área de jornalismo.

Dessa forma, o contexto das interações nos blogs de viagem perpassa todo um conjunto de circunstâncias que devem ser observadas, como os *hyperlinks* que direcionam para postagens sobre as vidas dos autores ou direcionam para outras postagens dentro do próprio blog. Além disso, os anúncios, que funcionam como pistas mistas por possuírem conteúdos linguísticos e não-linguísticos, sinalizam a intenção mercadológica dos blogueiros, que não escrevem apenas para compartilhar suas experiências e sim com intenção de gerar renda e lucro.

Verificamos também a forte presença de traços da conversação, em especial o uso dos marcadores conversacionais, que sinalizam a organização turno a turno, os pares conversacionais e a organização do tópico discursivo. Com isso, percebemos que as interações nos blogs de viagem se aproximam da conversação, em especial da conversação informal e casual, como uma conversa de amigos.

Importante salientar que as interações que analisamos nos blogs de viagem possuem característica assíncrona, ou seja, os usuários não interagem ao mesmo tempo, existe um espaço de tempo indeterminado para que os leitores façam seus comentários sobre a postagem, inclusive vimos comentários que foram feitos um ano após a publicação do *post*. Essa característica passa a ideia que os internautas têm tempo para pensar e organizar seus discursos, porém, percebemos traços da escrita síncrona: falta de revisão, correções através dos parênteses, uso de abreviações, siglas e reduções, que traz o efeito de sentido de rapidez e pressa, que parece que já é usual dos internautas, independente se a interação é síncrona ou não.

Dessa maneira, percebemos, através da análise de nosso *corpus*, que o contexto é fundamental para observar as pretensões dos blogueiros e leitores. Por isso, as pistas de contextualização linguísticas, paralinguísticas e não-verbais funcionaram como importantes formas

de construir o contexto, com destaque ao fato de ser uma interação virtual e ter as características específicas de tal meio de comunicação.

Sabemos que o número de usuários da internet tende a crescer cada dia mais. O Brasil é considerado o quarto país em número de usuários de internet, com cerca de 120 milhões de pessoas conectadas, segundo um relatório sobre economia digital divulgado em outubro de 2017 pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)³². Além disso, podemos perceber a tendência de aumento da cultura participativa na Web 2.0, onde os usuários tornam-se cada vez mais produtores de conteúdo e, por isso, espaços de interação como esses serão cada vez mais comuns.

Considerando então que o número de usuários da internet tende a crescer cada vez mais, sabemos que pesquisas na área da interação virtual será um campo fértil tanto para análises linguísticas, como sociológicas, publicitárias, tecnológicas entre outras. Esperamos que essa pesquisa possa abrir um leque de possibilidades para estudos futuros.

³² Relatório disponível em <unctad.org>. Acesso em: 06 nov. 2017

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BLOG DE VIAGEM. *A influência dos blogs de viagem sobre o turista brasileiro*. 2012. Disponível em <https://www.slideshare.net/ABBV_Brasil/pesquisa-abbv-v5>. Acesso em: 20 mar. 2016.
- ALKMIN, T.; CAMACHO, R. G. Sociolinguística. In: MUSSALIN, Fernanda; BENTES, Anna Cristina (Orgs.). *Introdução à linguística*. São Paulo: Cortez, 2002. p. 21-47. (Vol 1).
- ALVES, S. C. O. Interação online e oralidade. In: MENEZES, V.L. (Org) *Interação e aprendizagem em ambiente virtual*. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2010. p. 145-170.
- AURELIO, B.H.F. *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*. Curitiba: Positivo, 2005.
- AUSTIN, J.L. *Quando dizer é fazer: palavras e ação*. Trad. Danilo Marcondes. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990 [1962].
- BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem: Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. 4ª ed. Tradução por Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1988 [1929].
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 261-306.
- BARROS, D. L. P. Entre a fala e a escrita: algumas reflexões sobre as posições intermediárias. In: PRETI, D. (Org.). *Fala e escrita e questão*. São Paulo: Humanitas, 2000. P. 57 – 77.
- BARTON, D.; LEE, C. *Linguagem online: textos e práticas digitais*. Tradução Milton Camargo Mota. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- BAWARSHI, A. S.; REIFF, M. J. *Gênero: história, teoria, pesquisa, ensino*. Tradução Benedito Gomes Bezerra [et al]. São Paulo: Parábola, 2013.
- BECHARA, E. *Moderna Gramática Portuguesa*. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- CÂMARA, R. S. *São Paulo é feia mas tá na moda*. 2013. Disponível em: <<http://www.360meridianos.com/2013/10/sao-paulo-feia-mas-ta-na-moda.html>> Acesso em 20 jul. 2017.
- CÂMARA, R.S. *Devo largar tudo para viajar?* 2014. Disponível em <<http://www.360meridianos.com/2014/02/devo-largar-tudo-para-viajar.html>> Acesso em 20 jul. 2017.

- CARVALHO, R. *Por que as praias de Cartagena não são sua melhor opção?* 2016. Disponível em <<http://www.essemundoenosso.com.br/praias-de-cartagena-nao-sao-sua-maior-atracao/>> Acesso em 20 jul. 2017.
- CABRAL, C. Afinal, como viver do seu blog de viagem? *Revista Viagem e Turismo*. Junho 2015, ano 20, edição 236, jun. 2015.
- CASTILHO, Ataliba. *Nova Gramática do Português Brasileiro*. São Paulo: Contexto, 2014.
- CASTRO, I. V.; SANTOS JÚNIOR, C. D. “O Que Gerencio e de Quem Dependo?”: Determinantes da Ação de Blogueiros. In: *RAC*, Rio de Janeiro, v. 19, p. 486-507, 2015.
- CHARTIER, R. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Tradução: Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Editora Unesp, 1998.
- COSTA, S. R. *Dicionário de gêneros textuais*. 2 ed. rev. ampl. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.
- DIONÍSIO, A. P. Análise da Conversação. In: MUSSALIN, F.; BENTES, A. C. (Orgs.). *Introdução à linguística – domínios e fronteiras*. São Paulo: Cortez, 2006. p. 69-99. (vol.2).
- EMEDIATO, W. Modo de organização do discurso argumentativo. In: *A Fórmula do Texto: redação e argumentação, e leitura*. São Paulo: Geração Editorial, 2008. p. 159-183.
- FÁVERO, L.; ANDRADE, M.; AQUINO, Z. *Oralidade e escrita*. São Paulo: Cortez, 2012.
- FIORIN, José Luiz. A linguagem em uso. In: FIORIN, José Luiz. *Introdução à Linguística*. 6. ed. ver. e atual. São Paulo: Contexto, 2010.
- GOFFMAN, E. A Elaboração da Face: Uma análise dos elementos rituais da interação social. Tradução Jane Russo. In: FIGUEIRA, S.A. (Org.). *Psicanálise e Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980. p. 76-114.
- GOFFMAN, E. A situação negligenciada. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. *Sociolinguística Interacional: Antropologia, Linguística e Sociologia em Análise do Discurso*. Porto Alegre: AGE, 1998. p. 13-20.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. 16. ed – Petrópolis: Vozes, 2009[1959].
- GRICE, H.P. *Lógica e conversação*. Tradução João Vanderley Geraldi. 1967. Disponível em <<http://docslide.com.br/download/link/grice-1967-logica-e-conversacao>>. Acesso em 15 maio 2017.

- GUMPERZ, J. Convenções de contextualização. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. *Sociolinguística Interacional: Antropologia, Linguística e Sociologia em Análise do Discurso*. Porto Alegre: AGE, 1998. p. 149-182.
- HILGERT, J.G. A construção do texto “falado” por escrito: a conversação na internet. In: PRETTI, D. (Org.) *Fala e escrita em questão*. São Paulo: Humanitas, 2000, p.17-53.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- KOCH, I. G. V. *O texto e a construção dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 2001.
- KOCH, I. G.V. *A Inter-ação pela linguagem*. São Paulo: Contexto, 2003.
- KOMESU, F. C. *Entre o público e o privado: um jogo enunciativo na constituição do escrevente de blogs da internet*. 2005. Tese (Doutorado) – UNICAMP, Campinas, 2005.
- KUCINSKI, B. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, Ed. Unesp, 2005.
- LONGMAN. *Dictionary of Contemporary English*. Harlow: Pearson Education Limited, 2003.
- MARCUSCHI, L.A. Oralidade e escrita. In: *Signótica: Revista do Mestrado em Letras e Linguística*, Goiânia, v. 9, p. 119 – 145, 1997.
- MARCUSCHI, L. A. *Análise da conversação*. São Paulo: Ática, 2003a.
- MARCUSCHI, L. A. A questão do suporte dos gêneros textuais. In: *Revista DLCV – Língua, Linguística e Literatura*, João Pessoa, v.1. p.9-40, 2003b.
- MARCUSCHI, L. A. *Da fala para escrita: atividades de retextualização*. São Paulo: Cortez, 2007.
- MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Orgs.) *Hipertexto e gêneros digitais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.
- MENDONÇA, M. C. Língua e ensino: políticas de fechamento. In: In: MUSSALIN, F.; BENTES, A. C. (Orgs.). *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*, vol.2. São Paulo: Cortez, 2009. 6 ed, p. 233-264. Vol.2. 6 ed.
- NOVAES, C. *A história dos blogs*. 2007. Disponível em < <http://www.brogui.com/a-historia-dos-blogs/>> Acesso em: 31 mar. 2016.
- PERINI, M. *Gramática do português brasileiro*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

- PINTO, J. P. Pragmática. In: MUSSALIN, F.; BENTES, A. C. (Orgs.). *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. São Paulo: Cortez, 2002, p. 47-68. Vol.2.
- PRETI, D. A gíria na língua falada e na escrita: uma longa história de preconceito social. In: PRETI, D. (Org.) *Fala e Escrita em questão*. São Paulo: Humanitas, 2000, p. 241-257.
- PRETI, D. Variação lexical e prestígio social das palavras. In: PRETI, D. *Léxico na língua oral e escrita*. São Paulo: Humanitas, 2003. p. 48-67.
- RIBEIRO, B.T. e GARCEZ, P. M. (Orgs.) *Sociolinguística Interacional: Antropologia, Linguística e Sociologia em Análise do Discurso*. Porto Alegre: AGE, 2002.
- ROCHA, C. Não entende a #hashtag? O Link explica. In: *Estadão on-line*. 2014. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,nao-entende-a-hashtag-o-link-explica,10000030798>>. Acesso em: 17 jul. 2017.
- ROJO, R. H. R.; BARBOSA, J.P. *Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- SILVA, L.A. Oralidade em contos de Luiz Vilela. In: PRETI, D. (Org.). *Oralidade em textos escritos*. São Paulo: Humanitas, 2009, p. 152-187.
- SOUZA, F. *Nova York ou Londres*. 2015. Disponível em: <<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html>> Acesso em 20 jul. 2017.
- SOUZA, R. A. O discurso oral, o discurso escrito e o discurso eletrônico. In: MENEZES, V.L. (Org.) *Interação e aprendizagem em ambiente virtual*. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2010. p. 16-41.
- TAVAGLIA, L. C. *Gramática e interação: uma proposta para o ensino de gramática*. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2008.
- WILSON, V. Motivações Pragmáticas. In: MARTELOTTA, Mario Eduardo (Org). *Manual de Linguística*. São Paulo: Contexto, 2011. p.87-110.
- ZAGO, G. S. Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características. In: *VI Congresso Nacional de História da Mídia*, Niterói, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

ANEXOS

ANEXO A – SÃO PAULO É FEIA, MAS TÁ NA MODA

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos



☐ [COMECE AQUI](#) ☐ [ATLAS](#) [ESPECIAIS](#) [COLUNAS](#) [LIVROS](#) ☐ [fi](#) ☐



São Paulo é feia, mas tá na moda

por [Rafael Sette Câmara](#) | 25 de outubro de 2013

Categorias: [Brasil](#), [Colunas](#), [São Paulo](#), [São Paulo](#) | Tags: | [16 Comentários](#)

Share this on WhatsApp

Deu na mídia: São Paulo é uma das 10 cidades mais feias do planeta. A nona, para sermos exatos, atrás da Cidade da Guatemala (a 1ª e mais horrorosa de todas), Cidade do México, Amã (Jordânia), Caracas (Venezuela), Luanda (Angola), Quichinau (Moldávia)

Houston e Detroit (ambas nos Estados Unidos). A também norte-americana Los Angeles foi declarada mais bonitinha que Sampa e ficou com o décimo lugar. Paulistas, não apedrejem este blog. O autor do top 10 é o site de viagens [U City Guides](#) – nós não temos nada com isso.

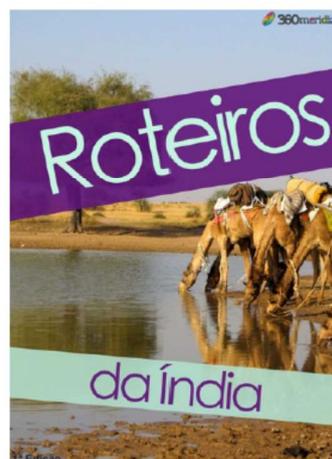
GUIAS

360MERIDIANOS



O GUIA DEFINITIVO DA SUA GRANDE VIAGEM

+ VOLTA AO MUNDO + INTERCÂMBIO + VOLUNTURISMO + DICAS E IDEIAS INCRÍVEIS DE EXPERIÊNCIAS PARA TE INSPIRAR



20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos

Ao explicar a participação brasileira na lista, o site foi ainda mais, digamos, cruel com nossa maior metrópole: "Parece que a natureza concentrou todos os seus esforços no Rio e se esqueceu completamente da outra grande metrópole brasileira. São Paulo pode ser uma das cidades mais interessantes do mundo quando o assunto é comida ou compras, mas não há dúvidas de que se trata de uma grande e feia selva de concreto". Vale dizer que só concorreram ao prêmio capitais e grandes cidades.



Tietê (Foto: [Fernando Mafra](#), [Wikimédia Commons](#))

O que nós achamos disso? Em parte um exagero. Não que **São Paulo** não seja feia – é sim. Feia pra caramba. É impossível chegar de ônibus na capital paulista, se deparar com o Tietê pela manhã e não achar a cidade horrível. A poluição – do ar e da água – faz muito bem o papel de deixar nossa Nova York com cara de **Mumbai**. Mas e o exagero, cadê? Bom, São Paulo pode até ser feia, mas passa longe de entrar num ranking mundial desses. A única justificativa plausível para Sampa estar nessa lista é **Nova Délhi** não é se a terrível camada de poluição tiver escondido a capital indiana dos autores da lista. Eles foram lá e só viram fumaça, só pode. Mumbai e Jacarta também mereciam mais essa premiação do que Sampa, garanto.

Deixando esse papo de "sou feio, mas você é mais que eu" de lado, pensemos em São Paulo. Afinal, que os outros países cuidem das cirurgias plásticas das cidades deles. Fui pela primeira vez na capital paulista em 2009 e me apaixonei pela cidade, apesar de todas as imperfeições. Jurei que iria morar lá, alvo alcançado em 2012. Fui morador de São Paulo (com



Pesquisar hotéis

Destino

Data de entrada Data de saída

Ainda não sei as datas específicas da minha viagem

PESQUISAR

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos

direito a nota fiscal paulista) durante aproximadamente um ano. Nesse tempo, conheci boa parte dos lugares horríveis de Sampa. Trabalhei em duas empresas que ficam em pontos diferentes da Marginal Pinheiros. Vista linda do arranha-céu na hora do almoço. Só que não.



Marginal Pinheiros (Foto: Dornicke, Wikimedia Commons)

São Paulo é feia não por culpa da natureza. É feia por culpa do homem. Transformamos os rios Pinheiros e Tietê em dois grandes esgotos a céu aberto. A poluição de nossos carros e fábricas emolduram a cidade com um horripilante céu cinza. Além, é claro, de transformar todo habitante em fumante passivo, **diminuindo até a expectativa de vida da população, garantem alguns.**

Houve um tempo em que grandes cidades europeias conviveram com problemas parecidos com os que São Paulo enfrenta hoje. No século 19 o rio Tâmisa, em Londres, tinha um apelido carinhoso: "O Grande Fedor". **Fedia tanto que reuniões do Parlamento, que fica às margens do Rio, tiveram que ser suspensas por conta do cheiro.** 150 anos depois e muitos investimos, o rio voltou a ser cartão-postal da cidade. Há 20 anos São Paulo tem um projeto para ressuscitar seus rios. Se a iniciativa vai dar em algo é outra coisa, mas fica pelo menos a esperança de que um dia Tietê e Pinheiros sejam atrações turísticas, e não esgotos.

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos



Acredite se quiser: o Tâmis já teve cara (e cheiro) de Tietê

Apesar disso, São Paulo é uma das cidades mais interessantes do Brasil. Se você nunca visitou, um conselho: faça isso. São Paulo tem ótimos restaurantes, museus incríveis, espírito cosmopolita e, acredite se quiser, até alguns lugares lindões. Tipo a Avenida Paulista ou o Parque do Ibirapuera, por exemplo. Também sou fã do **Bairro Liberdade**, reduto da comunidade japonesa que vive no Brasil. E dizer que São Paulo é feia por ser uma “selva de pedra”, como fez U City Guides, é também um preconceito contra a classe de selvas desse tipo. Talvez **o passeio mais legal da cidade seja justamente subir num dos arranha-céus** para admirar a vastidão de concreto. Já vi o skyline de metrópoles nos cinco continentes. O de São Paulo passa mesmo longe de ser o mais bonito, mas acho que é o mais impressionante.

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos



Um paralelo interessante para fazer com São Paulo é Berlim. Cerca de duas décadas depois da queda do infame muro, a capital da Alemanha ainda tem marcas da divisão do mundo entre capitalistas e comunistas. Durante uma campanha eleitoral, Klaus Wowereit, o prefeito, afirmou: “Berlim é pobre, mas é sexy” – frase que virou uma espécie de slogan da cidade. Algo parecido pode ser dito da capital paulista. São Paulo é feia, mas está sempre na moda. Isso ninguém pode negar.

P.S. o mesmo site que colocou São Paulo como uma das cidades mais feias do mundo já tinha feito um **top 10 com as mais bonitas**. O Rio de Janeiro ficou em quinto lugar, atrás de Veneza, Paris, Praga e Lisboa. Imagina como a cidade poderia ser ainda mais maravilhosa com uma gestão pública mais eficiente...

**Foto destacada: Rio Tietê, São Paulo (Foto: Ana Paula Hirama, Wikimedia Commons)*

Quer receber mais dicas de viagem?

Então [curta nossa página no Facebook](#).

Siga o [@360meridianos no Twitter](#).

Veja nossas fotos no [Instagram](#).

Receba [novos posts por email](#).

Rafael Sette Câmara

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos



Quando criança, eu queria ser jornalista. Alcancei o objetivo, mas uma viagem de volta ao mundo me transformou em blogueiro. Já morei na Índia, na Argentina e em São Paulo. Em 2014 voltei para Belo Horizonte, onde estou perto da minha família, do meu cachorro e dos jogos do América. E a uma passagem de avião de qualquer aventura. Siga minhas viagens também no instagram, no perfil @rafael7camara.

TODAS AS DICAS PARA VOCÊ VIAJAR M

- + PLANILHA PARA CALCULAR SEU ORÇAMENTO DE VIA
- + PLANEJADOR DE ROTEIROS
- + CHECK LIST DE VIAGEM
- + NEWSLETTER SEMANAL COM NOSSO MELHOR CON
- + DICAS EXCLUSIVAS
- + TUDO ISSO GRÁTIS!

EU QUERO!

Share this on WhatsApp

← As tapas de San Sebastián

Livre – a jornada de uma mulher →

16 comentários em *São Paulo é feia, mas tá na moda*



Edp disse:
18 de janeiro de 2014 às 1:26

Achei interessante sua comparação com Berlim.

Isso é meio piração, mas quando estive em Berlim, lembrava toda hora de SP e da Catedral da Sé, pois várias igrejas e palácios lá possuem cúpulas e torres do mesmo tom de verde (ou parecido) que as da catedral daqui.

Aliás, acho que a Catedral é mais bonita que muitas da Europa e deveria ser o ponto turístico "principal" da cidade. Muito mais interessante que o MASP.

[Responder](#)



Rafael Sette Câmara disse:
21 de janeiro de 2014 às 8:43

Até que lembra mesmo, Ed. E concordo com você: a Catedral da Sé é linda. São Paulo tem atrativos. Só precisa cuidar melhor deles.

Abraço.

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos

[Responder](#)**Miriam disse:**

4 de dezembro de 2013 às 13:30

Sou carioca e estive em São Paulo apenas uma vez, a passeio com meus filhos, e gostei muito da cidade, principalmente das pessoas, que achei muito educadas e prestativas. Fui em lugares muito agradáveis como o Pq do Ibirapuera, o Mercado Municipal, O bairro da Liberdade. Concordo com quem disse que o melhor do lugar são as pessoas.

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

5 de dezembro de 2013 às 21:00

Verdade, Miriam. E de pessoas São Paulo está bem servida.

Abraço!

[Responder](#)**Tom disse:**

27 de novembro de 2013 às 15:18

São Paulo é muito feia, mas fazer o que vamos vivendo nela não tem jeito mesmo! E perigosa tbm! Muito viciado em Crack.

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

2 de dezembro de 2013 às 17:44

O importante é fazermos nossa parte que a cidade vai melhorando, Tom. Quem sabe um dia, né...

Abraço e obrigado pelo comentário.

[Responder](#)**Renata disse:**

25 de novembro de 2013 às 4:26

Rafael, sou paulistana, amo a cidade, mas tb não gosto de muitas coisas daqui. Adorei o seu texto. Muito bem escrito, bem humorado. Tinha visto a pesquisa e tb acho que algumas cidades poderiam ter entrado no ranking no lugar de SP. Pode não ser uma beleza na sua totalidade e, de fato, não é, mas têm lugares bonitos ou prédios que me deixam maravilhada, como o MASP, Catedral da Sé, Paulista, Pateo do Colégio, Palácio da Justiça etc. Um sonho beeeem distante, mas que um dia o Tietê seja navegável como o Tâmisia.

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

25 de novembro de 2013 às 11:51

Oi, Renata.

Que bom que você gostou do texto. São Paulo tem vários problemas, mas aquela pesquisa forçou a barra sim. E vamos torcer juntos para o Tietê virar um novo Tâmisia. É difícil, mas pensar positivo não custa nada, né?

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos

Abraço.

[Responder](#)**João disse:**

7 de novembro de 2013 às 20:08

AAAH minha Sampa. Pode ser feia, mas é Sampa. 😊 rs Gosto desse estilo de vida e respeito qualquer um que não goste. São Paulo é mal administrado como diz a matéria. Se houvesse uma melhor urbanização, para mim, seria a cidade perfeita. Amo tudo isso!! *.*

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

7 de novembro de 2013 às 20:50

hahaha

Te entendo bem, João. Sampa tem problemas sim, mas é uma cidade bem legal. Quem sabe no futuro não resolvem melhorar a administração da cidade?

Abraço.

[Responder](#)**Ciça C. disse:**

27 de outubro de 2013 às 13:01

Poxa, São Paulo não merecia este posto de mais feia. Eu certamente me candidataria a ser moradora desta incrível metrópole, se não fosse o nauseante trânsito de lá. Adoro passear por lá e a cada visita, que são muitas, conheço um pontinho novo da cidade que me encanta 😊

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

27 de outubro de 2013 às 13:08

Também acho, Ciça.

Morei lá um ano e não conheci tudo que gostaria.

Abraço!

[Responder](#)**Vinicius disse:**

26 de outubro de 2013 às 17:43

Uma cidade é feita de pessoas, não de paisagens. É isso que faz de São Paulo uma cidade tão incrível, mesmo feia. BTW – moro no Rio e sou encantado pelos dois lugares.

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

27 de outubro de 2013 às 10:54

Verdade, Vinicius.

E São Paulo tem tantas pessoas diferentes, gente de todas as partes do país e até do mundo. Acho que é isso que torna a

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos

cidade especial mesmo.

[Responder](#)**Gustavo disse:**

26 de outubro de 2013 às 0:23

São Paulo pode ser feia, suja, um caos, tudo de ruim, mas eu sou APAIXONADO por essa selva de pedra, como cantou Caetano: "Alguma coisa acontece no meu coração..." e ano que vem vou morar lá o/. Muitos me chamam de louco, mas é lá que o Brasil acontece, e é lá que quero estar! I <3 Sampa.

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

26 de outubro de 2013 às 10:08

Verdade, Gustavo. É feia, mas lá que as coisas acontecem. Morar lá tem muitas vantagens. hehe

Abraço!

[Responder](#)

Deixe um comentário

Comentário

Nome *

E-mail *

Site

[Home](#) » [360 - Editorias](#) » [Colunas](#) » [São Paulo é feia, mas tá na moda](#)

Parceiros:

Sobre o
360meridianos360meridianos na
Imprensa

20/07/2017

São Paulo é feia, mas tá na moda | 360meridianos



- [Política Comercial](#)
- [Política de Comentários](#)
- [Anuncie](#)
- [Contato](#)

[GO TO TOP](#)

COPYRIGHT © 2017 360MERIDIANOS

ANEXO B – DEVO LARGAR TUDO PARA VIAJAR?

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos



[HOME](#)
[COMECE AQUI](#)
[ATLAS](#)
[ESPECIAIS](#)
[COLUNAS](#)
[LIVROS](#)
[Q](#)



Devo largar tudo para viajar?

por [Rafael Sette Câmara](#) | 21 de fevereiro de 2014

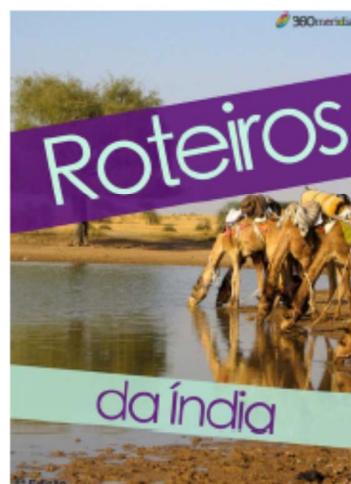
Categorias: [Especiais](#), [Planejamento de Viagens](#) | Tags: [Reflexões](#), [Volta ao Mundo](#) | [27 Comentários](#)

Share this on WhatsApp

Muita gente chegou ao 360meridianos depois de jogar essa pergunta no Google. E isso tem sentido, afinal este blog nasceu quando os autores deixaram quase tudo – inclusive empregos – para fazer uma [viagem de volta ao mundo](#) e um intercâmbio na [Índia](#). Se o intercâmbio foi planejado durante meses, a volta ao mundo surgiu sem querer e foi organizada em poucas semanas. Desde que contamos essa história, inspiramos muita gente a fazer o mesmo, ou pelo menos a sonhar com isso.

GUIAS

360MERIDIANOS



20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

Se três jornalistas recém-formados conseguiram, por que outras pessoas não conseguiriam? De fato, já te contamos até que não é preciso ser rico para **viajar pelo mundo por um ano** – uma viagem dessas custa o valor de um carro popular. Possível é. Mas é preciso combater a ideia glamourizada de que uma longa viagem pode ser feita repentinamente, sem nenhum planejamento ou reflexão. A palavra “largar” dá a ideia de deixar tudo para trás sem pensar nas consequências do ato, e pode acreditar, não foi isso que fizemos. Quando deixamos o Brasil, em outubro de 2011, tínhamos tomado uma decisão consciente e coerente com o que desejávamos da vida. Sonha em fazer o mesmo? Então o primeiro passo é responder a uma variação da pergunta que abre este texto.

Eu posso largar tudo para viajar?

No nosso caso, o “tudo” era pouca coisa: só empregos que não queríamos mais. Quando eu resolvi passar um ano viajando, já estava decidido a mudar os rumos da minha profissional. Por isso, uma coisa completou a outra. O intercâmbio que eu fiz estava dentro da minha área profissional e passou a fazer parte – e se destacar – no meu currículo. Afinal de contas, dizer para um entrevistador que você trabalhou numa empresa na Índia no mínimo serve para quebrar o gelo, certo? Além disso, a única posse que tive que deixar para trás foi meu carro. Não fez falta.



Em Kuala Lumpur, Malásia



Pesquisar hotéis

Destino Data de entrada Data de saída Ainda não sei as datas específicas da minha viagem

PESQUISAR



20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

Mas e quando a pessoa tem filhos? Ou está no meio de um curso na universidade? Ou, não importa qual malabarismo financeiro faça, ainda não juntou o dinheiro necessário para viajar? Nesses (e em outros) casos, pode ser que a viagem não seja possível naquele momento. Note que isso não significa que o sonho nunca será realizado – se você quer viajar pelo mundo, mas entende que este não é o melhor momento, planeje-se! Trace metas, objetivos, pense em **formas de juntar a grana** e organizar tudo. E saiba que esse estilo de vida não é exclusividade de solteiros sem filhos – tem muitas famílias com crianças rodando o mundo. Só que nesse caso será necessário planejamento e organização dobrada, além de muito equilíbrio na hora de tomar a decisão de viajar (ou não).

Concluí que não é prudente fazer uma viagem dessas. E agora?

Isso pode acontecer. Eu consigo imaginar a frustração de quem quer muito cair na estrada, mas não pode. Sabe por quê? Eu já passei por essa situação. Na semana que retornei da minha viagem de volta ao mundo, voltei ao trabalho. Era preciso pagar contas. Os 12 meses seguintes não foram fáceis e foi complicado controlar a vontade de comprar a primeira passagem para a Conchinchina. Mas eu não podia fazer isso – afinal nem mesmo tinha dinheiro. E aí? Como controlar **a doença do viajante**? Veja algumas das estratégias que eu usei:

1 – Viaje mais aos finais de semana. Não seja oito ou oitenta – você não precisa viajar apenas nas férias ou quando largar tudo e for rodar o mundo. Viagens curtas, mesmo que de apenas um fim de semana, podem te dar aquele gás para continuar lidando com o dia a dia. Foi assim que **visitamos Florianópolis**, no ano passado. Até viagens internacionais são possíveis num final de semana. A Luíza teve essa experiência em **Buenos Aires**.

2 – Viaje nos feriados prolongados. O período disponível para viajar aumenta, mas os preços também. Só que isso não significa que toda viagem em feriado seja cara. No ano passado, pagamos menos de 300 reais nas passagens de avião para **Foz do Iguaçu**, durante o feriado de Corpus Christi. Para fazer o mesmo, basta pesquisar e estar aberto para possibilidades. Se você ficaria num hostel na Europa, por que faz questão de ficar num resort no Brasil? Também não desconsidere viajar de ônibus quando as passagens de avião estiverem caras – foi assim que fomos ao

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

Rio, durante o carnaval. Para viajar mais durante épocas concorridas, tenha flexibilidade.



3 – Viaje na sua cidade. É muito provável que o lugar onde você mora tenha várias atrações que você ainda não conhece. Que tal virar turista na sua própria cidade? Descubra passeios gratuitos e pare de procrastinar. Muitas vezes nós preferimos passar o fim de semana em casa, vendo TV, do que fazendo programas que deixariam muitos viajantes felizes. Mudar isso pode tornar seus finais de semana mais interessantes.

4 – Se seu trabalho te sufoca, lembre-se que a vida tem outros atrativos. A felicidade profissional é importante, mas divide espaço com família, amigos, lazer e descanso, entre outras coisas. Não deixe que seu trabalho sugue todo o seu tempo. De novo, é uma questão de evitar extremos. Sim, **tirar um ano sabático pode ser uma experiência fantástica**. Por outro lado, se isso ainda não é possível para você, evite cair no erro de só viver para trabalhar.

5 – Entenda que a vida não é uma sucessão de pontos altos, uma espécie de montanha-russa que tem que ser emocionante e memorável o tempo todo. É claro que muitas vezes o modelo de trabalho atual, que nos prende

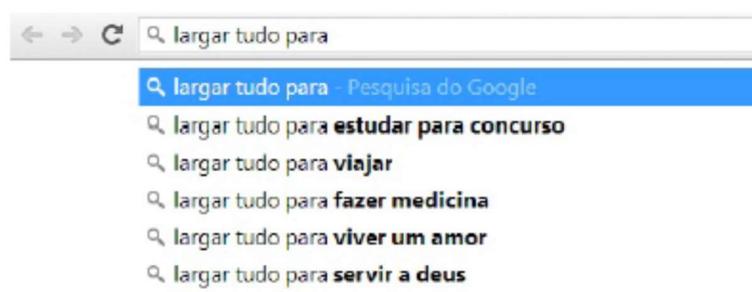
20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

no escritório 6 dias por semana, 8 horas por dia, **tem potencial para deixar a vida chata e tomar todos os dias iguais**. Mas, pode acreditar: mesmo quem vive na estrada tem dias chatos, dias de ficar no hotel lendo um livro, dias de ficar de bobeira na frente da TV, enfim, dias que, anos depois, você não vai se lembrar o que fez. A vida é assim. Não podemos pautar nossa felicidade pelos momentos incríveis que nossos amigos compartilham no Facebook, afinal quase ninguém posta fotos de coisas entediadas.

Concluindo

O universo é igual ao meu quarto – ele tende ao caos. Por isso, toda decisão importante deve ser planejada e bem pensada, caso contrário nosso querido Murphy, **um grande destruidor de viagens**, pode aparecer. Veja a imagem abaixo, do sistema de preenchimento automático de buscas do Google. Sempre tem alguém querendo largar tudo para fazer alguma coisa, seja uma viagem, um novo amor, uma nova carreira ou para seguir Jesus.



Fazer isso é a decisão correta, ou uma baita cagada? Não há resposta certa e decisiva, afinal cada caso tem seu próprio contexto e no fundo toda decisão que tomamos na vida envolve deixar alguma coisa de lado. Se você escolheu fazer medicina, abriu mão da sua carreira na engenharia. Se escolheu um Deus, abriu mão de todos os outros. O cuidado a ser tomado é com os extremismos, tanto de pessoas que estimulam você a pedir demissão já, agora mesmo e de forma inconsequente, como de quem garante que só coisas ruins podem vir dessa decisão, muitas vezes apontada por essas pessoas como uma **tentativa de fugir da realidade**.

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos



Índia

Se depois de muito refletir você resolver cair na estrada, uma última dica: pense de forma prática em como essa viagem pode te ajudar. Nós fizemos um intercâmbio profissional. Tem quem faça cursos de idioma. Ou trabalho voluntário. Enfim, ao procurar uma saída que vá além de só fazer turismo você abre as portas pra mudanças futuras na sua vida. No nosso caso, tão importante quanto o intercâmbio foi este blog, criado no dia que saímos do Brasil e já com grandes pretensões. Eu larguei meu emprego de carteira assinada e viajei o mundo, mas sempre tive a preocupação de postar e alimentar o 360meridianos, também um projeto profissional. Pouco mais de dois anos depois, o 360 virou minha única fonte de renda e possibilitou o estilo de vida que eu escolhi ter, **o de nômade digital**.

Viajar não significa fugir e nunca é igual a largar tudo, afinal certas coisas, como nossa família, sempre permanecem, mesmo que distantes. É possível criar e crescer profissionalmente durante uma grande viagem.

Rafael Sette Câmara

Quando criança, eu queria ser jornalista. Alcancei o objetivo, mas uma viagem de volta ao mundo me transformou em blogueiro. Já morei na Índia, na Argentina e em São Paulo. Em 2014 voltei para Belo Horizonte, onde

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos



estou perto da minha família, do meu cachorro e dos jogos do América. E a uma passagem de avião de qualquer aventura. Siga minhas viagens também no instagram, no perfil @rafael7camara.

TODAS AS DICAS PARA VOCÊ VIAJAR M

- + PLANILHA PARA CALCULAR SEU ORÇAMENTO DE VIA
- + PLANEJADOR DE ROTEIROS
- + CHECK LIST DE VIAGEM
- + NEWSLETTER SEMANAL COM NOSSO MELHOR CONT
- + DICAS EXCLUSIVAS
- + TUDO ISSO GRÁTIS!

EU QUERO!

Share this on WhatsApp

← Quanto custa viajar para a Tailândia

19 reclamações muito estranhas sobre hotéis →

27 comentários em *Devo largar tudo para viajar?*



Douglas Borges disse:

20 de maio de 2017 às 14:06

Nossa que show, me deu muita clareza seu texto. É legal ver que não é impossível ou para poucos esse estilo de vida. Muito motivador, estou adorando o blog. Obrigado.

Responder



Rafael Sette Câmara disse:

22 de maio de 2017 às 11:34

Que bom que gostou, Douglas.

Abraço

Responder



Natália Becattini disse:

23 de maio de 2017 às 10:47

Douglas, desejo sorte nesse caminho!

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

Abraços

[Responder](#)**Marvio disse:**

24 de abril de 2017 às 13:20

Excelente texto, muito motivador. Eu tenho o sonho de conhecer o mundo, mas não pretendo largar tudo, quero fazer por partes. Ainda estou juntando para a primeira parte da viagem, quero viajar pelo sul da ásia, tem um amigo que foi na lua de mel e apaixonei pelos lugares. Muito obrigado pelo texto.

[Responder](#)**Carol Sales disse:**

30 de junho de 2015 às 4:11

"O cuidado a ser tomado é com os extremismos, tanto de pessoas que estimulam você a pedir demissão já, agora mesmo e de forma inconsequente, como de quem garante que só coisas ruins podem vir dessa decisão, muitas vezes apontada por essas pessoas como uma tentativa de fugir da realidade."

É por essas e outras que eu já declarei aqui meu amor pelo 360 algumas vezes! Vocês são diferenciados e trazem um convite à reflexão de uma forma que não se vê muito por aí...

Moro na Nova Zelândia há 4 anos e há cerca de dois anos ouvi de uma pessoa que me ama muito algo mais ou menos assim: "O problema não é o lugar onde você mora. Você pode se mudar pra qualquer lugar do mundo, mas se você não mudar o que quer que precise ser mudado internamente, vai continuar atraindo as mesmas circunstâncias e recriando a mesma vida que um dia não te servia mais, onde quer que você esteja". E foi isso que aconteceu comigo...

Nesse momento estou no que pode ser chamado de "período sabático", mas não estou viajando pelo mundo. Saí do meu emprego e estou passando por esse processo de mudança e auto-conhecimento de uma forma diferente. Estou contanto esse processo no <http://www.crisedos30.com>, inclusive ontem mesmo escrevi um texto abordando essa mesma questão dos extremismos: <http://crisedos30.com/2015/06/29/11-dia-uma-nova-prisao-disfarcada-de-liberdade/>

Beijos e parabéns pelo trabalho de vocês! É inspiração pura!

Carol

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

30 de junho de 2015 às 8:55

Oi, Carol.

Obrigado pelos elogios ao 360! É claro que vou ler seu texto. 😊

Aproveite bastante seu período sabático, mesmo que não seja viajando. Ter um tempo pra gente, pra refletir na vida, em tudo. É isso que importa, né?

Abraço.

[Responder](#)

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

**Paulo disse:**

13 de janeiro de 2016 às 14:16

Cris, que interessante. Eu acompanho o seu blog, também. Na verdade, uma vez eu joguei no Google algo sobre momentos difíceis no trabalho e um dos seus postes apareceram na lista de resultados. Foi muito interessante, porque eu me identifiquei bastante com a situação que você passou/passa. Não lembro de ter feito algum comentário lá, mas agora depois de ler os comentários deste texto, percebi que você e escritora do Blog Crisedos30, são a mesma pessoa. 😊 Parabéns ao 360, que também pra mim é um dos melhores blogs sobre viagens.

[Responder](#)**Carol Sales disse:**

14 de janeiro de 2016 às 8:42

Oi, Paulo
 Poxa, que interessante mesmo você ter encontrado o Crise dos 30 no Google e agora ter me encontrado aqui no 360!
 Fico feliz que curta os textos que escrevo no blog, pois a proposta é exatamente relatar em tempo real o dia-a-dia de uma pessoa que "larga tudo" e vai em busca de mais sentido no trabalho e na vida em geral.
 Um abraço!

[Responder](#)**Samantha disse:**

23 de novembro de 2014 às 23:50

Gostaria muito de morar fora do país e trabalhar na minha área (sou formada em Biotecnologia – que exige trabalhar em laboratório de pesquisa). Leio muito sobre isso, porem a maioria dos depoimentos que leio, as pessoas ou conseguem trabalhar em casa ou fizeram publicidade, jornalismo. Você conhece alguém que conseguiu emprego em outro país em uma área parecida com a minha ou tem alguma dica de como consigo emprego em outro país nessa área?

É perfeito o site de vocês! Parabéns!

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**

11 de dezembro de 2014 às 11:42

Oi, Samantha.
 Não conheço, mas certamente existem casos.
 Já tem muito tempo que você formou? A Aiesec tem vagas de trabalho mesmo em vários países, algumas muito boas. Mas é preciso ter até 2 anos de formada ou estar fazendo pós/mestrado, etc.
 Vou pesquisar sobre o assunto, ok?
 Abraço.

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

[Responder](#)**Érika Ferreira disse:**
11 de julho de 2014 às 14:23

Parabéns pelo texto e por todo o blog.

Decidi recentemente dar a volta ao mundo para uma viagem de auto conhecimento. Como você disse, não estou largando muito, só um emprego que não mais me satisfaz e, talvez, uma profissão que depois de 14 anos comecei a colocar em dúvida.

Já viajo muito por aqui, em fim de semana, feriados e férias e já não é suficiente.

Estou planejando minuciosamente, até porque estou indo sozinha e quanto menos problemas possíveis melhor (não que eu não ache que eles não irão existir) e o blog está me ajudando bastante, já até alterei alguns destinos.

Só viajo em 10 meses e sei que ainda vou bisbilhotar muito por aqui antes de colocar o pé na estrada.

Muito obrigada pelas dicas!

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**
24 de julho de 2014 às 17:52

Oi, Érika.

Que legal! Vai ser uma aventura e tanto, tenho certeza.

Vai contando pra gente como estão os preparativos. E não deixe de dar notícias durante a viagem. 😊

Abraço!

[Responder](#)**Jennifer disse:**
7 de maio de 2014 às 10:49

Muito bacana o texto! Acredito que desassociar as palavras "viagem-longa" a "largar-tudo" já é o começo para vencer o grande medo de cair na estrada. Aquela viagem sonhada pode contribuir muito mais para a carreira profissional do que ficar parado trabalhando num escritório, por exemplo.

[Responder](#)**Rafael Sette Câmara disse:**
15 de maio de 2014 às 9:58

Pois é, Jennifer. Foi o nosso caso, inclusive.

Viajar não é sinônimo de vagabundagem, mas de descanso e crescimento pessoal (e, quem sabe, profissional).

Abraço.

[Responder](#)**Ricardo disse:**
17 de março de 2014 às 13:42

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

Tem realmente que planejar muito e saber se é possível. Pretendo aproveitar que a Austrália tem demanda na minha profissão e tentarei embarcar nessa viagem em um futuro próximo. Mas por se tratar de um destino mais caro, realmente tenho que juntar mais recursos, porém como é dito no próprio texto, quando as condições estiverem favoráveis, irei fazer essa viagem para ter novas experiências e iniciar uma nova carreira.

Sempre um ótimo texto, parabéns. Abraços!!

[Responder](#)



Rafael Sette Câmara disse:

17 de março de 2014 às 17:11

Obrigado pelo comentário, Ricardo!

Espero que dê tudo certo com seus planos. A Austrália é realmente um país mais caro, mas com planejamento com certeza dá.

Abraço!

[Responder](#)



Silvia Rocha disse:

23 de julho de 2014 às 13:03

Galera, estou apaixonada pelo Blog de vocês. Entro quase todo dia pra ler os novos posts.

Quero fazer um intercambio na Austrália daqui um ano e já estou juntando grana pra isso. Se eu quiser trabalhar e estudar durante o intercambio, a Austrália é uma boa escolha?

Obs: Sou advogada e pretendo largar tudo pra entrar nessa, o depois? Só Deus sabe! haha

Abraços

[Responder](#)



Rafael Sette Câmara disse:

24 de julho de 2014 às 16:26

Que bom que você está gostando do 360, Silvia!

Não conheço a Austrália, mas com certeza é uma ótima escolha. Muita gente faz isso.

Abraço.

[Responder](#)



Camila disse:

28 de fevereiro de 2014 às 22:23

Muito bacana o post. Viajar não pode ser fugir de si mesmo, mas sim se afastar da rotina para conseguir se encontrar, é o que sempre falo para os amigos.

[Responder](#)



Lílina disse:

25 de fevereiro de 2014 às 14:24

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

Adorei o post! Sempre quis tirar um sabático, mas nesta minha última viagem concluí que não é para mim. Não sei se foi porque, apesar de ter sido uma das viagens mais legais que fizemos, foi tudo muito rústico e no final da viagem estávamos realizados mas fisicamente acabados. Só faria um sabático se tivesse dinheiro suficiente para intercalar perrengues com luxo, o acho que seria difícil num ano inteiro de viagem. Acho que 3 meses seria o tempo ideal de viagem para mim! E as dicas para que não pode fazer um sabático estão ótimas. Sigo todas e posso afirmar que funciona muito. Viagens pequenas ao longo do ano ajudam muito a desligar do trabalho e relaxar sem ter que gastar tudo numa paulada só! Acho que essa idéia de tirar um mês corrido de férias é bem do Brasil mesmo. Como aqui eu posso tirar mais da metade dos meus dias como bem entender(de 1 em 1, de 2 em dois, como quiser MESMO), fica fácil fazer uma viagem longa e várias curtinhas.

[Responder](#)



Rafael Sette Câmara disse:

26 de fevereiro de 2014 às 16:04

Oi, Liliana.

Em 3 meses de viagem já dá pra fazer muita coisa! E pois é, acho que o brasileiro tem muito essa ideia de viagem de férias, 30 dias corridos...

Raras são as pessoas que fazem viagem de fim de semana por aqui. Pena.

Abraço.

[Responder](#)



Nine Copetti disse:

22 de fevereiro de 2014 às 19:54

Baita post, Rafael!!! Acho que esclarece muitas dúvidas do pessoal tanto que pensa que é super fácil quanto aquele que ainda coloca purpurina demais nos sonhos... Ir com calma, por partes, planejando, aceitando os obstáculos e pensando na melhor maneira de transpô-los. Acho que é por aí.. aqui em casa queremos muito "largar tudo e ir embora pra praia" por exemplo, mas sabemos que não é viável agora. Também temos vontade de "largar tudo e ganhar o mundo", mas começamos a planejar e pra longo prazo, que é o melhor jeito, não adianta se jogar, isso só acontece em filmes, novelas ou naqueles casos de muita sorte, coincidência ou coisa assim!!!

Obrigada mais uma vez por compartilhar com a gente as experiências de vocês!

[Responder](#)



Rafael Sette Câmara disse:

26 de fevereiro de 2014 às 16:36

Que bom que você gostou, Nine.

Todo sonho realizado tem uma grande história de planejamento e sacrifícios por trás. Não tem mágica, né?

Vai planejando, com calma. No fim tudo vai dar certo para vocês, tenho certeza.

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

Abraço e muito obrigado pelos seus comentários aqui no 360! É a participação dos leitores que dá vida ao blog. =)

[Responder](#)



Thiago Cesar Busarello disse:

22 de fevereiro de 2014 às 18:10

Realmente é tudo uma questão de escolhas e planejamento. Tem aqueles que preferem ter o carro do ano ou um grande apartamento e tem aqueles que preferem viajar. Alguns dão valor a bens materiais e outros preferem viver experiências incríveis por aí. Eu sou a favor do equilíbrio. Trabalho, faço economias e tem horas que gasto para viajar e horas que gasto para comprar minhas coisas. Mas confesso que com o blog, está dando cada vez mais vontade de viajar por aí.

[Responder](#)



Rafael Sette Câmara disse:

26 de fevereiro de 2014 às 16:38

Fala, Thiago.

Pois é, tudo são escolhas. Não existe escolha certa ou errada, vai do gosto de cada um.

Mas que viajar é bom, é!

Abraço.

[Responder](#)



TRIPS - Claudia disse:

22 de fevereiro de 2014 às 12:47

Eu já passei por isso. Quando me formei, queria largar tudo e viajar com meu marido. Mas tínhamos que trabalhar para juntar dinheiro. Morávamos no sul, e queríamos morar num lugar com praias bonitas a poucos minutos de casa. Foi assim que decidimos: trabalharíamos 1 ano e meio para juntar grana e aproveitando que iríamos deixar nossos empregos, colocamos uma mochila nas costas e rumamos a Indonésia, Austrália e Tailândia. Foi uma viagem sem luxos, na Austrália, moramos numa van por 2 meses, rodamos 5 mil Km e foi demais, até para mim, que nunca tinha vivido roots hahaha. Acho que vale muito a pena realizar esse sonho. O problema é que desde então, tiro 1 mes de férias 2 a 3 vezes por ano para viajar. Mas parece sempre pouco hahaha.

Abraço.

tripsincríveis.blogspot.com

[Responder](#)



Rafael Sette Câmara disse:

26 de fevereiro de 2014 às 16:40

Muito legal a história de vocês, Claudia.

Depois que a gente viaja por um longo período, é complicado ficar longe da estrada, né? hehehe

Abraço.

20/07/2017

Devo largar tudo para viajar? | 360meridianos

[Responder](#)

Deixe um comentário

Comentário

Nome *

E-mail *

Site

Postar[Home](#) » [360 - Editorias](#) » [Especiais](#) » Devo largar tudo para viajar?

Parceiros:

Sobre o
360meridianos

360meridianos na
Imprensa
Política Comercial
Política de Comentários
Anuncie
Contato

[GO TO TOP](#)

COPYRIGHT © 2017 360MERIDIANOS

ANEXO C – NOVA YORK X LONDRES



[HOME \(HTTP://WWW.PRECISOVI AJAR.COM/\)](http://www.precisoviajar.com/)

[DESTINOS INTERNACIONAIS \(HTTP://WWW.PRECISOVI AJAR.COM/DESTINOS-INTERNACIONAIS\)](http://www.precisoviajar.com/destinos-internacionais)

[BRASIL \(HTTP://WWW.PRECISOVI AJAR.COM/DESTINOS-NACIONAIS\)](http://www.precisoviajar.com/destinos-nacionais)

[VOLTA AO MUNDO](#) ▾

[SEGURO VIAGEM \(HTTP://WWW.PRECISOVI AJAR.COM/SEGURO-DE-VIAGEM\)](http://www.precisoviajar.com/seguro-de-viagem)

[ANUNCIE AQUI \(HTTP://WWW.PRECISOVI AJAR.COM/ANUNCIE-AQUI\)](http://www.precisoviajar.com/anuncie-aqui)

[TERMOS DE USO \(HTTP://WWW.PRECISOVI AJAR.COM/TERMOS-DE-USO\)](http://www.precisoviajar.com/termos-de-uso)

[Preciso Viajar \(Http://Www.Precisoviajar.Com\)](http://www.precisoviajar.com/) > [Destinos Internacionais \(Http://Www.Precisoviajar.Com/Categoria/Destinos-Internacionais\)](http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais) > [Europa \(Http://Www.Precisoviajar.Com/Categoria/Destinos-Internacionais/Europa\)](http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais/europa) > [Inglaterra \(Http://Www.Precisoviajar.Com/Categoria/Destinos-Internacionais/Europa/Inglaterra\)](http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais/europa/inglaterra) > [Londres \(Http://Www.Precisoviajar.Com/Categoria/Destinos-Internacionais/Europa/Inglaterra/Londres\)](http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais/europa/inglaterra/londres) > [Nova York X Londres](#)

NOVA YORK X LONDRES

Nova York ou Londres? Qual escolher? Antes de mais nada, quero dizer uma coisa: por favor, não me odeie. Essa é a minha opinião e você pode ter uma opinião completamente diferente da minha.

A verdade é que nunca gostei de perguntas do tipo: tenho x dias de férias. Qual cidade é melhor: essa ou aquela? Só quem pode responder é a própria pessoa após dar uma pesquisada no que tem para fazer em cada cidade e o que mais a apetece. Dito isso, digo também que acho que nem deveria existir a pergunta Nova York ou Londres, porque tirando o fato que as duas são megalópoles, elas são muito distintas.

Nova York

Sei que é difícil acreditar no que vou dizer, mas eu já fui #TeamNY. Eu era super obcecada por Nova York. A obsessão parou mesmo depois que eu conheci a cidade em 2011. Lembro até que prometi para mim mesma que nunca mais voltaria, mas *Karma is a bitch!* Deu três anos e lá estava eu novamente em NYC, por livre e espontânea vontade. E quer saber? Que bom que dei uma segunda chance para a cidade. Curti **muito!**

20/03/2017

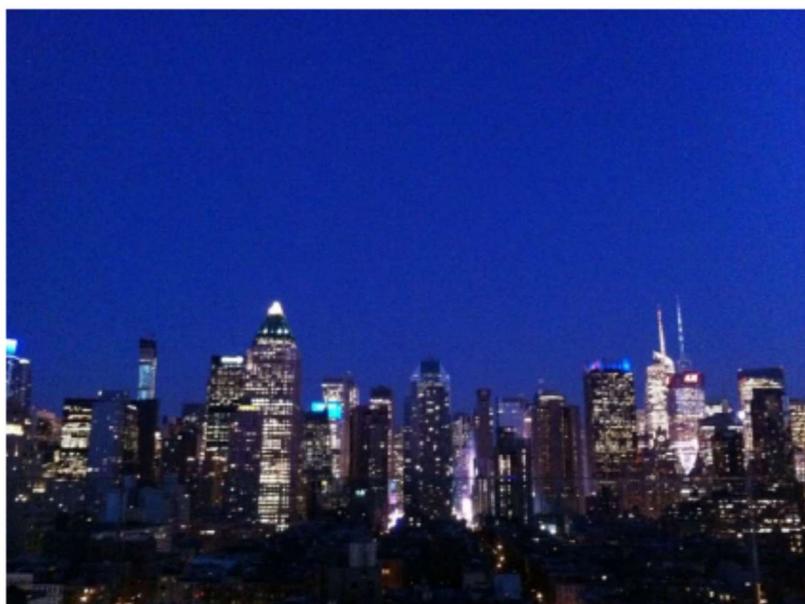
Nova York ou Londres



(<http://i2.wp.com/www.precisoviajar.com/wp-content/uploads/2015/03/a-cidade-que-nuncadorme.png>)

O problema é que há uma overdose de Nova York no mundo. Ela aparece em quase todos os filmes que vemos. Não satisfeita em aparecer nos filmes, ela aparece nos seriados. E se você tentar focar em algo mais sério – tipo – jornalismo, pode ter certeza que terá algum correspondente internacional em Nova York. Acho que foi essa overdose que me causou um pouco de decepção na primeira visita.

Lógico que Nova York tem muita coisa interessante (e como tem). Dá para passar uma vida por lá e acho que ainda não dará tempo de conhecer todos os restaurantes/bares/barraquinhas de rua/atrações, até porque todo dia abre uma coisa nova. Também é inegável que para quem gosta de esportes e música, não há cidade melhor. Sempre tem alguma coisa acontecendo.



(http://i0.wp.com/www.precisoviajar.com/wp-content/uploads/2015/01/IMG_6508.jpg)
NYC anoitecendo

20/07/2017

Nova York ou Londres



(http://11.wp.com/www.precisoviajar.com/wp-content/uploads/2015/03/M0_0377.jpg)
Outono em Nova York deixa até o #TeamLondon balançado

A maioria dos brasileiros que conheço idolatram Nova York. E acredito que isso se deve ao fato da overdose que citei ali em cima e também ao fato que o brasileiro – de maneira geral – é muito fã do *American Way of Life* (estilo de vida americano), que particularmente não me atrai muito (e já morei nos Estados Unidos).

Então, quando me perguntam se devem escolher entre Nova York e Londres, já sei que: 1) serei xingada. 2) serei ignorada. Difícil, muito difícil explicar. Sei que também será difícil acreditar, mas Londres nem era um sonho meu. Eu tinha uma amiga que era apaixonada pelo Jude Law (vai vendo) e ela colocou na cabeça que um dia iria morar em Londres para ter a chance de conhecê-lo ou alguém tipo ele (aham). E foi assim que ela me convenceu a fazer um preparatório do IELTS com ela (coisa que sou grata até hoje). Fizemos o teste, passamos e nos inscrevemos para o programa de bolsas de estudo na Inglaterra, chamado Chevening. Não fomos selecionadas. Desisti 'do sonho' na época porque não tinha dinheiro para bancar uma pós-graduação por lá e ela desistiu porque conheceu um brasileiro (nada parecido com o Jude Law) e casou. Não somos mais amigas, mas sei que ela nem chegou a conhecer Londres. E assim é a vida. Muitas vezes os sonhos dos outros atravessam os nossos próprios.



(<http://12.wp.com/www.precisoviajar.com/wp-content/uploads/2015/01/P1150267-e1427061951996.jpg>)
Um dia de sol em Londres

20/07/2017

Nova York ou Londres

Londres

Londres não precisou de muito para me conquistar. Talvez por ser uma cidade que não está tão presente assim no nosso dia a dia (mesmo que no dia a dia televisivo), talvez por estar localizada na Europa, talvez por causa do dourado, talvez por causa do sotaque. Não sei bem por qual motivo, mas foi amor à primeira vista.



(<http://i0.wp.com/www.precisoviar.com/wp-content/uploads/2015/03/P11501852.jpg>)
Amo muito essa ponte

Para finalizar, serei sempre #TeamLondon, mas acho que quem tem como grande sonho de vida conhecer Nova York, deve investir nesse sonho sim. As duas cidades são fantásticas e todo mundo deveria ter a chance de conhecê-las e escolher qual time quer fazer parte. E por que não fazer parte dos dois times?

Conheça melhor Nova York (<http://www.precisoviar.com/tag/nova-york>)

Conheça melhor Londres (<http://www.precisoviar.com/tag/londres>)

Lembreu do **seguro viagem** (<http://www.precisoviar.com/seguro-de-viagem>)? Ele é muito importante e **obrigatório nos países da Europa** (<http://www.precisoviar.com/2016/08/documentos-para-viajar-para-europa.html>) que fazem parte do Tratado de Schengen e também em Cuba e Venezuela. Nos demais países também é recomendável a contratação, pois não podemos prever incidentes. **Leia sobre minha internação na Tailândia** (<http://www.precisoviar.com/2016/11/vale-pena-contratar-um-seguro-viagem.html>). No caso dos Estados Unidos, por exemplo, o custo médio diário de uma internação fica na faixa dos US\$2.000 (caríssimo). Para os EUA a contratação de um seguro com cobertura de US\$1 milhão não é exagero. Além disso, o seguro é super útil nos casos de cancelamento de viagem e extravio de bagagem (para citar alguns exemplos). Uso o seguro da **Assist Card** (vendido com desconto pela **Real Seguros** (https://www.seguroviagem.srv.br/?agency=303&lead_tag=fimgeral)) há anos. Precisei utilizar 4 vezes durante minha volta ao mundo e sempre fui muito bem atendida. Você pode cotar com eles sem compromisso e, caso opte pela contratação, pode pagar em 6 vezes sem juros no cartão ou com desconto de 5% no pagamento à vista.

Cada vez que você reserva algo com um dos nossos parceiros recebemos uma pequena comissão. Você não paga nada a mais por isso e ainda ajuda o blog a se manter atualizado e com novas dicas de viagem.



agency=303&lead_tag=fimgeral)



SEGURO VIAGEM
Comparação, consultoria e suporte
para você contratar o melhor plano
para sua viagem!

Clique e
confira!

(<https://www.seguroviagem.srv.br/>)

(/#facebook) (#google_plus) (/#whatsapp) (/#linkedin)
(/#email) Tweetar

(<https://www.addtoany.com/share?url=http%3A%2F%2Fwww.precisoviar.com/nova-york-x-londres.html&title=Nova%20York%20x%20Londres>)

20/07/2017

Nova York ou Londres

 Fernanda  março 22, 2015  32

 [Dicas Londres](http://www.precisoviajar.com/tag/dicas-londres) (<http://www.precisoviajar.com/tag/dicas-londres>), [dicas Nova York](http://www.precisoviajar.com/tag/dicas-nova-york) (<http://www.precisoviajar.com/tag/dicas-nova-york>), [Londres](http://www.precisoviajar.com/tag/londres) (<http://www.precisoviajar.com/tag/londres>), [Nova York](http://www.precisoviajar.com/tag/nova-york) (<http://www.precisoviajar.com/tag/nova-york>)

 (<http://www.precisoviajar.com/categoria/sem-categoria>) [Londres](http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais/europa/inglaterra/londres) (<http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais/europa/inglaterra/londres>), [Nova York](http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais/america/estados-unidos/nova-york) (<http://www.precisoviajar.com/categoria/destinos-internacionais/america/estados-unidos/nova-york>)

**FERNANDA**

Fernanda Souza nasceu no Brasil, tem dupla nacionalidade e se considera uma cidadã do mundo. Publicitária, apaixonada por viagens, fotografia, Londres e o pôr do sol, já tirou um ano sabático e deu uma volta ao mundo. Ao todo já são 50 países carimbados em seus passaportes e ainda espera aumentar esse número.

Related posts

É bom saber antes de viajar para Londres
(<http://www.precisoviajar.com/2016/12/antes-de-viajar-para-londres.html>)



Como ir do aeroporto Heathrow ao centro de Londres
(<http://www.precisoviajar.com/2016/11/aeroporto-heathrow-ao-centro-de-londres.html>)



Como ir do aeroporto Gatwick para o centro de Londres
(<http://www.precisoviajar.com/2016/11/aeroporto-gatwick-para-o-centro-de-londres.html>)

Comments: 32

**Gabi**

22 de março de 2015 at 20:54

É engraçado... eu sempre tive um sonho doido com Londres. Achava que o dia que fosse, só voltava de lá deportada, hahaha... E é óbvio que tanta expectativa gerou uma certa decepção. Achei lindíssima, mas meu coração não chorou de tristeza quando, por livre e espontânea vontade fui com minhas próprias pernas pro aeroporto. Afetou muito o fato de eu ter ficado impactada com o preço das coisas. Já com NY foi diferente.. justamente por conta da overdose que você disse, eu meio que nem queria gastar férias indo pra lá. Morria de preguiça, não tinha vontade. Acabou que ano passado, estava com duas amigas morando lá e achei que era o momento. Fiquei bem encantada.. No fim, acho que tudo é uma questão de ajuste de expectativas mesmo. Mas concordo que as duas são MTO diferentes. Voltaria correndo pra qualquer uma das duas se alguém fizesse um depósito misterioso na minha conta hahaha. Beijós

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=16834#respond>)

**Fernanda (Http://Www.Precisoviajar.Com)**

23 de março de 2015 at 00:41

Haha. É bem assim mesmo. Tudo depende das expectativas e tem espaço para as duas. Mas vamos combinar que elas não têm nada a ver, né? E eu amo Londres, mas realmente não está dando para ser feliz com a libra 5,2 nas casas de câmbio.

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=16837#respond>)

**Fernanda (Http://Www.Precisoviajar.Com)**

23 de março de 2015 at 00:42

20/07/2017

Nova York ou Londres

O que eu sempre falo é que o problema de Londres é a libra. Se fosse euro já seria bem mais barata. rs

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16838#respond>)



Marcelo Pereira

23 de março de 2015 at 09:27

Eu concordo com cada palavra sua e ainda digo q, mesmo sem nunca ter pisado em NY, não tenho a menor vontade de conhecer exatamente por isso, é um esgotamento visual absurdo !!! Todos que conheço e tiveram a oportunidade de viajar...conhecem NY, Miami e Orlando, eu acho um saco só em ouvir falar nesses lugares. Meus amigos só postam fotos em suas redes sociais desses lugares...na boa...já deu no saco esses lugares.

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16844#respond>)



Marcelo Pereira

23 de março de 2015 at 09:30

Perdão na escrita ...Miami !!!!

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16845#respond>)



Fernanda ([Http://Www.Precisoviajar.Com](http://www.precisoviajar.com))

23 de março de 2015 at 09:44

O brasileiro, de maneira geral, tem uma obsessão pelos Estados Unidos. Não consigo entender. O país é maravilhoso, mas tem tanto lugar no mundo, não é mesmo?

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16846#respond>)



Pedro Ricardo Cruz Alves Garcia ([Http://Www.Turismocerto.Com.Br](http://www.turismocerto.com.br))

23 de março de 2015 at 12:54

Pra mim Nova York é unbestable! Pelo menos de todas grandes cidades que ja fui (Berlin, Londres, Paris, Amsterdã, Munich, Praga, Miami, Orlando)

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16848#respond>)



Fernanda ([Http://Www.Precisoviajar.Com](http://www.precisoviajar.com))

23 de março de 2015 at 19:19

#TeamNY então. rs

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16852#respond>)



Karol

23 de março de 2015 at 19:27

Olá, Fernanda! Entendo perfeitamente sua paixão por Londres, sinto o mesmo por Paris, toda vez que vou parece a primeira! Mas confesso que mesmo sem ser fã do tal american way of life, me apaixonei por NY a primeira vista,rs. Foi um verão de 2012, pisei lá depois de ter estado na Europa várias vezes, mas achei diferente de tudo que já tinha visto, fiquei fascinada e sou até hoje, depois de várias idas. Acho que a experiência que se tem conta muito também. Uma amiga foi e não gostou tanto, mas foi no inverno, pegou nevasca, não conseguia andar na rua...Enfim, claro que não viveu a NY que eu vivi. Mas Londres está no meu coração também, faz parte do meu Top3 (Paris, NY e Londres, nessa ordem,rs). Bjs

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16853#respond>)



Fernanda ([Http://Www.Precisoviajar.Com](http://www.precisoviajar.com))

23 de março de 2015 at 19:29

Eu tive 2 experiências: primavera e outono e recomendo a visita em uma dessas épocas. Os parques ficam lindos Como disse, curti muito mais na segunda visita, mas continuo amando Londres apesar de tudo. rs

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16854#respond>)



Priscila

24 de março de 2015 at 20:57

Sou apaixonada por Londres, fui em agosto/2014... Oh saudades.. pretendo voltar muitas vezes, acho que o melhor será na próxima vez, pois já terei visitado os pontos turísticos mais badalados e então quero curtir mais a cidade!
#amywinehouseforever

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=16870#respond>)

20/07/2017

Nova York ou Londres

**Fernanda** ([Http://Www.Precisoviajar.Com](http://www.precisoviajar.com))

24 de março de 2015 at 21:05

Eba! Até que enfim apareceu mais um para o time de Londres. rs

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=16872#respond>)**Priscila**

24 de março de 2015 at 21:52

Adoro viajar e super me identifiquei com seu blog.. também sou servidora pública a 10 anos, sempre com vontade de fazer as malas e partir.. Mas sem saber se isso realmente é o caminho certo.. #foremos

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=16873#respond>)**Carol** ([Https://Carolemjalecobrancoerenda.Wordpress.Com/](https://Carolemjalecobrancoerenda.wordpress.com/))

27 de março de 2015 at 19:41

Espero ter a oportunidade de conhecer as duas cidades em breve... e quando for usarei dicas do seu blog 😊
Adoro seus relatos de viagem! Bjjs**Reply** (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=16906#respond>)**Fernanda** ([Http://Www.Precisoviajar.Com](http://www.precisoviajar.com))

27 de março de 2015 at 19:42

Volte para dizer qual gostou mais.

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=16907#respond>)**Camila**

12 de abril de 2015 at 13:25

Também sou completamente apaixonada em Londres... Mas o engraçado é que esse sentimento só surgiu na primeira vez que coloquei meus pés na cidade, antes não tinha a menor vontade de ir, não conseguia entender a fixação de alguns amigos... fui somente por estar no roteiro do meu intercâmbio! Lembro de sair da estação de trem e ficar boquiaberta olhando pra aquelas pessoas, os prédios... amor à primeira vista! E agora morar lá, nem que seja só por um tempo, virou meta de vida

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=17453#respond>)**Luisa**

17 de abril de 2015 at 08:48

Acho que só estando em NY para ver o que ela causa na gente. Quando fui, não tinha muita vontade de conhecer, por achar que era só mais uma metrópole como qualquer outra. Mas foi encantamento a primeira vista. Conheço várias cidades nos EUA e nada se compara a NY, por isso nem tem como colocá-la no mesmo saco de Miami e Orlando... acredito que se for palpar sobre, deve primeiro ir, ver e vivenciar. Af ok!

Adorei Londres também, pois amo a Europa e seu estilo de vida. Europa inteira sempre foi meu sonho de consumo, e mesmo assim, após muito imaginar, sonhar, a Londres da vida real não me decepcionou! Quero voltar pra Londres muitas e muitas vezes, onde tem um dos cartões-postais mais lindos que já vi na minha vida, que é a Tower Bridge.

Maassss, mesmo assim... se fosse pra escolher a última viagem da minha vida, ainda sou #teamNY!

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=17593#respond>)**Fernanda** ([Http://Www.Precisoviajar.Com](http://www.precisoviajar.com))

17 de abril de 2015 at 11:18

Tower Bridge realmente é um dos lugares mais lindos que já vi na vida.

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=17595#respond>)**Mah**

20 de abril de 2015 at 18:42

Ja morei em NY e em Londres. E sou #teamlondon total. Pra mim nem tem comparação, acho q principalmente pra quem ja morou nas duas cidades... Muito amor por Londres!

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=17665#respond>)

20/07/2017

Nova York ou Londres

**Fernanda (Http://Www.Precisoviajar.Com)**

21 de abril de 2015 at 11:13

Compartilhamos da mesma opinião

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=17677#respond)**Thêmis**

27 de abril de 2015 at 15:11

Não conheço NY mas conheci Londres depois de ir pra Paris e confesso q axei q não ia axar cidade mais bonita no mundo. Mas Londres conquistou meu coração.

Sou eternamente #teamlondon na verdade sou #teamUK hahahahahaha

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=17809#respond)**Fernanda (Http://Www.Precisoviajar.Com)**

27 de abril de 2015 at 15:16

Eu também. 😊

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=17810#respond)**Artur Ramalho De Oliveira**

28 de abril de 2015 at 14:55

Vamos fazer assim, irei conhecer Londres nas férias desse ano, já está tudo marcado e pronto, só esperando chegar, e ano que vem já combinei com os primos para ir para os Estados Unidos já que estão doidos para ir em Orlando e Miami, já avisei que irei trocar Miami por NY, já que compras não me atraem muito, aí depois de ter feito o "sacrifício" de conhecer as duas, tiro a minha conclusão. Rsrrs

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=17838#respond)**Fernanda (Http://Www.Precisoviajar.Com)**

28 de abril de 2015 at 14:58

Que super sacrifício. Fiquei até com pena. rs

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=17839#respond)**Inês**

10 de dezembro de 2015 at 14:07

Fernanda o euro não está muito diferente da libra, é pouquinho 😊

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=24979#respond)**Luciana Rodrigues - Turismo Em Roma (Http://Www.Turismoemroma.Com)**

18 de maio de 2015 at 11:08

Nanda, eu fui 3 vezes a NY e 13 a Londres! Obviamente, não jogaria uma viagem a NY no lixo, mas Londres é o que há e tá bem mais perto de mim. Bjs, Lu

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=18222#respond)**Fernanda (Http://Www.Precisoviajar.Com)**

18 de maio de 2015 at 20:59

Concordo muito. Quisera eu morar mais perto ou em Londres mesmo. Ainda não desisti de voltar para lá. Só não sei como ainda.

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=18240#respond)**Jennifer (Http://Jenninha.Com)**

26 de julho de 2015 at 08:24

Morei em Londres somente e gostaria de experimentar NY, apesar que uma visita que fiz a Nova Iorque não tinha me impressionado muito. Ela tem cara de ter sido incrível nos anos 80, 90. Prefiro o Gherkin e The Shard em Londres ao Empire State e Rockefeller Center. Mas juro que quero dar uma chance a NY. Um dia passarei uns meses lá para um julgamento mais justo. 😊

Reply (http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replyto=20304#respond)

20/07/2017

Nova York ou Londres

**Cris**

14 de outubro de 2015 at 13:54

Me identifiquei MUITO com o que vc escreveu. Aconteceu exatamente o mesmo comigo. Também sou #TeamLondon.

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=23195#respond>)**Samanta Bueno**

20 de outubro de 2015 at 15:47

Londres é paixão! Fui apenas uma vez fazer um intercâmbio, me apaixonei demais!

Recomendo à todos!!!

#teamLondon

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=23388#respond>)**Roxana**

17 de novembro de 2016 at 19:21

Olá!

Gostaria de saber qual escola vc fez o preparatório para o IELTS, quanto tempo ficou e que tipo de acomodação você indicaria? Quero ir em março, já tenho inglês fluente (Tb fiz intercâmbio nos EUA) porém nunca fiz o teste. Obrigada desde já.

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=38630#respond>)**Fernanda (Http://Www.Precisoviajar.Com)**

28 de novembro de 2016 at 08:42

Fiz o preparatório no Brasil com professor particular.

Reply (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/nova-york-x-londres.html?replytocom=38757#respond>)**Deixe uma resposta**

 Gostaria de receber por e-mail os novos comentários que forem feitos nesse post.
Nome * E-mail * Site **PUBLICAR COMENTÁRIO**
 Notifique-me sobre novos comentários por e-mail.

 Notifique-me sobre novas publicações por e-mail.

20/07/2017

Nova York ou Londres

SIGA O BLOG NAS REDES SOCIAIS

<https://www.facebook.com/precisoviajar><https://twitter.com/precisoviajar><http://instagram.com/precisoviajar>

HOTEL.COM DESCONTO

Pesquisar **Booking.com**

Destino/nome do hotel:

Ex.: cidade, região, bairro ou hotel específico

Data de entrada

20 Jul '17

Data de saída

21 Jul '17

Pesquisar

ACHE O SEGURO DE VIAGEM MAIS BARATO

https://www.seguroviagem.srv.br/?agency=303&lead_tag=home

A AUTORA

<http://www.precisoviajar.com/fernanda-souza>

20/07/2017

Nova York ou Londres

MAIS LIDOS

Documentos para Viajar para Europa (<http://www.precisoviajar.com/2016/08/documentos-para-viajar-para-europa.html>)

Golpes contra turistas na Europa (<http://www.precisoviajar.com/2016/09/golpes-contr-turistas-na-europa.html>)

5 atrações grátis em Curitiba (<http://www.precisoviajar.com/2015/04/atracoes-gratis-curitiba.html>)

5 planilhas controle de gastos de viagem (<http://www.precisoviajar.com/2016/01/5-planilhas-gastos-de-viagem.html>)

Chip pré-pago em Portugal (<http://www.precisoviajar.com/2017/01/onde-comprar-chip-em-portugal.html>)

Vantagens do Passaporte Europeu (<http://www.precisoviajar.com/2012/07/vantagens-passaporte-europeu.html>)

Entrando nos EUA com passaporte europeu (<http://www.precisoviajar.com/2015/03/entrando-eua-passaporte-europeu.html>)

Sugestão de roteiro 10 dias na Europa - Portugal, Espanha e Itália (<http://www.precisoviajar.com/2012/08/roteiro-10-dias-europa.html>)

O que você precisa saber antes de Viajar para a China (<http://www.precisoviajar.com/2012/05/precisa-saber-antes-de-ir-para-china.html>)

Melhor época para viajar para a Tailândia (<http://www.precisoviajar.com/2016/08/melhor-epoca-viajar-tailandia.html>)



VIAJANDO PARA OS ESTADOS UNIDOS?

Evite gastos desnecessário com roaming!

Chegue com seu CHIP pré-pago
ativado e pronto para ser usado.

Planos mensais a partir de <https://www.travelmobile.biz/pt-BR?refcode=BFAD6B69%20>

US\$ 35,00



> confira

(<http://www.histats.com>)

20/07/2017

Nova York ou Londres

CONTATO

Devido ao grande número de emails recebidos, dúvidas sobre viagens ou roteiros não serão respondidas por email. Por favor, deixe seu comentário nas postagens. Para outros assuntos, por favor, mande um email para contato@precisoviajar.com

TAGS

algarve	austrália	avaliação
bangkok	berlim	bolívia
budapeste	curitiba	dicas
dicas de hotéis	dicas de londres	
dicas de paris	dicas de restaurantes	
dicas de viagem	dicas europa	
dicas hawaii	dicas londres	
dicas portugal	dicas tailândia	
dubai	eslovênia	
estados unidos	europa	
hawaii	hotéis	itália
japão	lisboa	londres
madrid	méxico	nova york
nova zelândia	paris	peru
playa del carmen	portugal	
reflexão	reflexões	suíça
tailândia	textos	viagens
volta ao mundo	áfrica do sul	

FAZEMOS PARTE



(<http://www.rbbv.com.br/>)

Copyright Preciso Viajar 2012-2016. Todos os Direitos Reservados.

**ANEXO D – POR QUE AS PRAIAS DE CARTAGENA NÃO SÃO SUA MAIOR
ATRAÇÃO?**

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?

[R7 TV](#)
[NOTÍCIAS](#)
[ESPORTES](#)
[DIVERSÃO](#)
[MEU ESTILO](#)
[HORA 7](#)
[RECORD TV](#)
[SERVIÇOS](#)

[HOME](#)
[DESTINOS](#)
[GUIAS DE VIAGEM](#)
[DICAS](#)
[LISTAS](#)
[SEGURO VIAGEM](#)
[CHIP INTERNACIONAL](#)
[QUEM SOMOS](#)

[CONTATO](#)

POR QUE AS PRAIAS DE CARTAGENA NÃO SÃO SUA MAIOR ATRAÇÃO?

23 NOV, 2016 » ATUALIZADO EM 7 FEV, 2017 CARTAGENA DE INDIAS COLÔMBIA

572

Você já deve ter se deparado algumas vezes com anúncios que falam de "Caribe colombiano" e incluem as praias de **Cartagena** como se elas fossem paradisíacas. Pois não é bem assim.

Qualquer um que viaje pra lá em busca do **azul caribenho** pode se decepcionar bastante. O que torna Cartagena **tão mágica** é sua cidade colonial amuralhada (**Patrimônio da UNESCO**), seu povo animado, seu clima, seu **pôr do sol inesquecível**...

São tantos os motivos pra viajar pra lá que eu usaria muitas linhas desse texto (e sua paciência) para descrever a cidade. Mas uma coisa é fato: as praias não fazem parte da lista. Abaixo te conto por quê.

+ Guia completo pra você planejar sua viagem pra lá

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?



AS PRAIAS DE CARTAGENA

A principal praia de Cartagena é **Bocagrande**, onde fica a parte moderna da cidade, com grandes prédios na orla e barracas de praia, igual ao Brasil. A diferença é que qualquer praia "nossa" é possivelmente mais bonita que a de lá. Bocagrande lembra muitas vezes Santos, por conta de sua areia e água escuras.

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?



Bocagrande, a praia urbana de Cartagena

Mas por que então falam de Cartagena como Caribe? Onde está o mar azul? Até existem belas praias nos arredores, como as famosas **Islas del Rosario** e **Playa Blanca de Baru**. Principalmente nessa última a areia é branca e o mar tem sim tonalidades azul.

Para chegar até elas é preciso algumas horas de barco num *tour* de um dia todo, ou você também pode ir de carro alugado ou táxi por uma ligação terrestre (no caso da última praia). Mesmo que valha "perder" um dia de Cartagena para chegar a Baru – eu mesmo já fui duas vezes – você pode não encontrar aquele Caribe dos sonhos.

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?



Playa Blanca num dia de tranquilidade

As barracas são improvisadas, há poucas opções de alimentação (embora os passeios garantam que o almoço será ótimo), os camelôs são constantes e intrusivos, e a areia pode ficar tomada de turistas de excursões. Fizemos até uma **lista com motivos** pra você não se decepcionar antes de ir pra lá.



Playa Blanca num dia bem chelo

Ok, elas são bonitas. Não estou dizendo que Islas del Rosario ou Baru sejam feias. Claro que não chegam aos pés das praias mais lindas do Caribe, até mesmo da colombiana San Andrés. Mas é

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?

que a experiência que talvez você espere de dias do Caribe não sejam oferecidas por aqui.

Mas calma. Cartagena é sim uma cidade apaixonante. Como disse no começo do texto a cidade colonial espanhola cercada por muralhas é super bem preservada,, tem uma energia vibrante, museus, **mirantes**, bares, **restaurantes**, atividades de lazer e **ótimos hotéis**.

+ Confira dicas de hotéis na cidade



Centro histórico de Cartagena

Eu passaria uma semana por ali me perdendo por essas vielas fotogênicas como nenhum outro lugar na América do Sul tem. É difícil não ir embora de lá prometendo que um dia você irá voltar.

O intuito desse post foi só deixar claro uma informação que encontrei em poucos lugares quando fui na primeira vez: Cartagena tem o calorão caribenho, tem o clima animado caribenho, o sorriso

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?

no rosto caribenho, as músicas caribenhas... Mas pode não oferecer o Caribe que você procura.

Não deixe isso te desanimar. Vá com a mente aberta pra viver a cidade e também para conhecer as praias de Cartagena. Só saiba aceitá-las da forma como elas são!

- + Todas as dicas pra sua viagem pra lá
- + Onde se deliciar num almoço na cidade
- + Não sabe onde se hospedar? Nós ajudamos

A viagem da sua vida

Reserve um pedaço do paraíso

Reservar agora

Dicas de hotéis em Cartagena, Colômbia: Como escolher o seu setembro 16, 2014
Em "Cartagena de Indias"

Cartagena: O que fazer, quando ir, onde ficar... março 11, 2015
Em "Cartagena de Indias"

Mirante em Cartagena: Convento Santa Cruz de La Popa setembro 19, 2014
Em "Cartagena de Indias"

572



RAFAEL CARVALHO

Mineiro fã de frango com quiabo e de uma boa cerveja, mora atualmente em São Paulo. É formado em Rádio e TV, pós-graduado em Jornalismo em Comunicação Hipermídia e trabalha há mais de 10 anos com Conteúdo Digital. Apaixonado por viagens, fundou o Esse Mundo É Nosso e roda o Brasil e o mundo o ano todo sempre em busca de dicas para serem compartilhadas.

[POST ANTERIOR](#)
[PRÓXIMO POST](#)

QUANTO CUSTA VIAJAR PRA BALI: COMO SÃO OS PREÇOS NA ILHA

O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA UMA VIAGEM A ORLANDO

5 COMMENTS

KELE OLIVEIRA

JUNHO 20, 2017 ÀS 4:15 PM

[RESPONDER](#)

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?



Adorei o texto, Rafael. Muito esclarecedor.

**PEDRO TIMPONI**

RESPONDER

JUNHO 11, 2017 ÀS 8:14 PM

temos um período de férias em outubro e consideramos Cartagena e San Andrés. O que vc acha? Será que chove o dia todo?

**FERNANDA RANGEL**

RESPONDER

MAIO 6, 2017 ÀS 9:53 AM

Adorei o post!! 🍷 Vou pra lá daqui uma semana espero encontrar um bom temp mesma época?!

**LUIS FELIPE**

JANEIRO 17, 2017 ÀS 8:25 PM

Alguém indo em fevereiro para Cartagena ?

**HELIO ADENIR PUPPO**

FEVEREIRO 6, 2017 ÀS 4:12 PM

opa luiz, estarei embarcando dia 16/02 para cartagena

DEIXE UMA RESPOSTA

Comentário

Nome *

RECEBA MAIS DICAS

E-mail *

Site

Enviar

20/07/2017

Por que as praias de Cartagena não são sua maior atração?

PUBLICAR COMENTÁRIO

INSTAGRAM



Seguir

RESERVE SEU HOTEL AQUI

Pesquisar Booking.com

Destino/nome do hotel:

Ex.: cidade, região, bairro ou hotel especí...

Data de entrada

20 ▾ Jul '17 ▾

Data de saída

21 ▾ Jul '17 ▾

Reserve agora, pague depois

Pesquisar



© Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial de qualquer conteúdo sob proteção da Lei 9.610/98 de Direitos Autorais - Esse Mundo É Nosso.

[Anuncie no R7](#) [Acessibilidade](#) [Comunicar erro](#) [Fale com o R7](#) [Mapa do Site](#) [Termos e Condições de Uso](#) [Privacidade](#) [Faça do R7 a sua página](#)



Todos os direitos reservados - 2009-2016 Rádio e Televisão Record S/A