

ELEMENTOS TEXTUAIS RESPONSÁVEIS PELA PRODUÇÃO DE SENTIDO EM TEXTOS SMS DE OPERADORAS DE TELEFONIA MÓVEL

por Gláucia de Jesus Costa (IFPA)***

RESUMO

O avanço tecnológico tem favorecido o surgimento de uma variedade de formas de comunicação, entre elas, as mensagens de celulares referidas como torpedos SMS. Essa nova forma de comunicar e interagir representa um desafio para o pesquisador que deseja desenvolver a pesquisa desse *e-gênero*. A exemplo dos gêneros digitais, os torpedos apresentam uma especificidade no modo de produção de escrita e de leitura decorrentes da limitação de tempo-espaço do suporte por onde circulam as mensagens. O propósito deste artigo é elencar as características textuais que se inscrevem como produtoras de sentido nos torpedos enviados por operadoras de celulares. Utilizou-se como *corpus* 15 mensagens de três operadoras, a saber: Vivo Tim e Oi. Foram eleitos os pressupostos da Linguística Textual para fundamentar a discussão e a análise do corpus.

PALAVRAS-CHAVE: Torpedos; texto; elementos textuais

ABSTRACT

Technological advances has favored the emergence of a variety of forms of communication, including, cellular messages such as SMS text messages. This new way of communicating and interacting is a challenge for the researcher who wants to develop the research of this e-genre. Like the digital genres, the torpedoes have specificity in the writing and production of reading arising from the limitation of time and space support mode where messages circulate. The purpose of this article is to list the textual features that are inscribed as producers of meaning in text messages sent by mobile operators. For this claim, 15 posts of three operators were selected, namely: Vivo and Tim Oi. They were elected the assumptions of Textual Linguistics to support the discussion and the corpus analysis.

KEYWORDS: Torpedos; text; textual elements

* marquesa_linguista@yahoo.com.br

*** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

1. INTRODUÇÃO

Quando o engenheiro de teste canadense Neil Papworth enviou pela primeira vez uma mensagem de texto de um computador pessoal para um aparelho celular em 3 de dezembro de 1992, com o intuito de testar esta nova tecnologia, certamente não previa a proporção que a demanda deste serviço alcançaria ao redor do mundo.

Hoje, as mensagens SMS fazem parte da vida de quase todos os usuários de telefonia móvel e representam um percentual significativo na receita das empresas de telefonia móvel por ser o recurso mais usado nos celulares. Em 2010, a União Internacional de Telecomunicações (UIT), divulgou que cerca de 200 mil SMS's eram enviados a cada segundo no mundo todo.

Os torpedos SMS são mensagens comunicativas baseadas em texto que ocorre por meio da utilização de, pelo menos, dois telefones móveis. (BROWNE, 2002; BARON, 2005; GEORGAKOPOULOU, 2006). Diferentemente das interações realizadas pela modalidade oral da língua em que os falantes dispõem de recursos cinestésicos e paralinguísticos que contribuem para o estabelecimento da comunicação, os usuários do SMS utilizam diferentes semioses e recursos não verbais, tais como, imagens, sons, *emoticons*, formas onomatopaicas e pontuação expressiva, a fim de produzirem sentido ao texto. Em geral, esses recursos são usados para representar objetos e ações da realidade mundana e substituir os elementos extralinguísticos no processo comunicativo e/ou marcar prosodicamente um enunciado expressando emoções, sentimentos, estado da alma dando, portanto, ao texto um alto grau de informalidade.

Essas estratégias são comumente usadas nas Comunicações Mediadas por Computador como estratégias compensatórias para substituir os sinais sociais normalmente transmitidos por outros canais de interação face-a-face. (HERRING, 2001). Essas formas de expressar-se são representações vivas das transformações sociais e das exigências da vida moderna. Elas trazem consigo modificações sociais significativas que envolvem desde o nosso modo de pensar, até a forma como nos relacionamos com o outro, com as práticas de linguagem. A apropriação dos gêneros que circulam na sociedade, sobretudo nos meios digitais, decorre do trânsito do indivíduo por um conjunto significativo de situações concretas na esfera de uso da língua, pois a utilização bem-sucedida dos gêneros que circulam nas variadas esferas sociais depende não só da habilidade no uso das regras da língua, mas também da familiaridade do indivíduo com essas formas sociocomunicativas, pois, cada uma delas tem sua funcionalidade, estilo e estrutura composicional peculiares.

Impulsionadas pelo baixo custo do serviço e pela praticidade que ele oferece às pessoas, algumas empresas utilizam o SMS como um de seus canais de atendimento interativo, de propaganda e de relacionamento com seus clientes. Sem a pretensão de substituir os meios tradicionais de comunicação, como o telefone e a URA (Unidade de Resposta Audível), os torpedos representam, em algumas demandas, até 5% dos chamados atendidos e finalizados.

Usar o SMS, para muitas empresas, é uma solução que possibilita a comunicação uni e bidirecional

com o cliente de modo cômodo, prático e com baixo custo e é utilizado não só em campanhas de marketing, mas também em atendimentos fim a fim. O diferencial é a possibilidade de o cliente iniciar o contato, diferentemente da maioria dos softwares disponíveis no mercado, que permite apenas o envio e o recebimento de mensagens, sem interação.

Muitas empresas que utilizam esse tipo de serviço revelam que a interação via torpedos com os consumidores geram diminuição de chamadas recorrentes no atendimento via telefone, o que diminui os custos operacionais. Nos casos de cobrança e de vendas verifica-se o incremento da taxa de retorno das ações de SMS em relação a outras mídias como mala direta, por exemplo.

O objetivo deste trabalho é analisar os torpedos que são enviados por três operadoras: Vivo, Tim e Oi diretamente aos seus clientes. Nesses torpedos, serão analisados os elementos textuais que são, por essas operadoras, utilizados para a construção dos textos de modo que possam produzir um efeito de sentido desejado em seus clientes. Como os torpedos são constituídos de texto, procurou-se aludir algumas definições de texto na perspectiva da Linguística Textual, bem como elencar alguns elementos que são responsáveis pela construção de um texto. Destarte, foram selecionados para compor a fundamentação teórica apenas aqueles que se apresentam recorrentes entre o corpus selecionado.

2. TORPEDOS SMS: UMA EVOLUÇÃO NOS MODOS DE PRODUÇÃO TEXTUAL

Quando as operadoras de telefonia móvel lançaram no mercado o serviço de mensagem, a priori, a ideia era bonificar os usuários desse sistema de telefonia com uma outra forma de interação de custo mais baixo criando, então, os serviços de mensagens. O que talvez não estivesse previsto era que o uso deliberado desse serviço tomasse proporções tão grandes, uma vez que os usuários do sistema de mensagem tinham que contar com a tecnologia que estava latente ao aparelho celular e que iria interferir diretamente na produção dos textos por ele veiculados. Os torpedeiros, assim denominados, eram obrigados a primar pela objetividade de suas mensagens e por isso renunciavam e transgrediam intencionalmente as convenções ortográficas da língua em prol de uma gramática de uso com uma escrita livre, inovadora, criativa, aceita e entendida pela comunidade usuária como estratégia de economia de espaço e tempo de escrita.

Ao buscar-se as origens do torpedo, é possível relacioná-lo ao bilhete, elegendo como parâmetros de comparação, entre outros, a objetividade e simplicidade das mensagens, a quantidade de texto, o tamanho dos períodos, as escolhas lexicais.

Os torpedos há muito fazem parte de nossas vidas no universo das interações presenciais, e são referidos também como: correio do amor, mensagens do coração, recadinhos. Quem não recorda das cestas que corriam nas quermesses colhendo recadinhos para serem anunciados no decorrer das festividades? E dos bilhetes que eram entregues aos garçons nos bares, com o intuito de paquerar. A diferença do torpedo virtual para o presencial está não somente na diversidade dos propósitos das mensagens, mas, sobretudo, na natureza do suporte em que as mensagens são veiculadas. Pois, se nos torpedos de outrora o objetivo

era, em geral, a paquera, nos torpedos de hoje os objetivos variam bastante: vão desde uma paquera até um aviso de recebimento ou débito das contas telefônicas. Se antes usava-se o papel e a caneta, hoje usa-se o celular, o *smartphone*, o *tablete*, o *ipad*. Diante de tantos propósitos comunicativos veiculados por esses aparatos tecnológicos é difícil caracterizarmos os torpedos como um gênero específico, porque o serviço SMS proporciona a veiculação de vários gêneros.

O suporte exerce certa pressão na maneira como os usuários operam com as mensagens SMS, isso incide diretamente na produção do texto escrito, estabelecendo uma espécie de acordo tácito entre os pares que fazem uso do sistema de mensagens. Nesse sentido, os usuários se valem de uma linguagem que, de certa forma, tenta suprir as limitações de espaço (160 caracteres) impostas pelo suporte e pela operadora, e isso incorre no aparecimento de homofonias, encurtamentos, formas abreviadas e na escassez de pontuação.

A exemplo dos gêneros virtuais, os discursos que circulam nos torpedos SMS se valem de diferentes semioses, em especial de recursos não verbais que dizem dos humores e estados d'alma dos interactantes. A propósito, Marcuschi (2004, p.15) afirma que com as novas tecnologias digitais, vem-se dando uma espécie de “radicalização do uso da escrita”.

Ao compararmos a linguagem dos torpedos àquela utilizada nas interações virtuais, como propõe Santos (2005), observa-se as seguintes semelhanças entre elas:

1. Escrita espontânea.
2. Uso de emoticons – em geral, esses recursos são usados para substituir os elementos extra-lingüísticos no processo comunicativo, expressando emoções, sentimentos, estado da alma e dão ao texto um alto grau de informalidade, além de aproximar a escrita da fala.
3. Expressões onomatopaicas – a exemplo dos emoticons, as expressões onomatopaicas expressam um estado de espírito, marcam prosodicamente um enunciado, transmitem uma sensação física ou emocional; são utilizadas para representar não um som qualquer, mas sons de seres, objetos e ações da realidade mundana.
4. Redução da extensão das palavras - os usuários transcrevem o estrato sonoro de algumas palavras para atenderem ao espaço de que dispõem e diminuírem o tempo de digitação (vc= você, blz = beleza, pq=porque, q= que c=se, qto= quanto, mto=muito etc).
 - i. Sons de letras associados a símbolos matemáticos
 - ii. Uso de consoantes que têm em sua pronúncia o som de uma vogal.
 - a) Expressões reduzidas a apenas uma palavra.
 - b) Modificação da representação convencional de sons nasais (naum = não)

Nos torpedos, é comum o uso de marcadores conversacionais verbais, típicos da modalidade oral, o que confere ao texto uma escrita híbrida com traços tanto da fala quanto da escrita. Essa mescla decorre do fato de a produção escrita se realizar sob as determinações do modo de produção discursiva da oralidade. É possível que isso ocorra devido ao próprio suporte de transmissão que, por permitir a troca de mensagens com uma certa rapidez, cria um efeito de interação muitas vezes síncrono, semelhante a uma interação oral, realizada pelo aparelho telefônico.

Tomando como base os traços definidores propostos por Marcuschi (2004) para caracterizar os gêneros no meio virtual, identificamos, no torpedo, os seguintes aspectos, em se considerando as especificidades da interação:

- **Número de participantes:** as interações via SMS são, na maioria dos casos, bilaterais, ou seja, acontecem entre dois interactantes; entretanto, há casos em que as mensagens são enviadas de um para vários interactantes.
- **Tempo de espera e envio de mensagens/sinais:** a interação, nesse gênero, é assíncrona, já que há uma certa defasagem temporal entre produção e recepção da mensagem. Porém, dependendo do processamento da mensagem pela operadora e da disponibilidade dos interlocutores em fornecer e obter respostas imediatas, é possível que haja instâncias de sincronia; isso se dá graças à relativa rapidez com que as informações são transmitidas.
- **Quantidade de texto permitido:** a quantidade de caracteres que podemos inserir na mensagem é muito limitada; em geral, são 160 caracteres por mensagem, e isso é imposto pela operadora de telefonia móvel¹. Talvez a operadora tenha o interesse em restringir a extensão das mensagens, uma vez que, em relação à interação oral por telefone, esse serviço é menos lucrativo.
- **Estilo e composicionalidade:** a quantidade limitada de texto permitido reflete diretamente na maneira como os interactantes usam a língua, pois, devido à quantidade de espaço disponível, os conteúdos veiculados são breves e focalizados. Temos, assim, uma pontuação mínima, abundância de siglas, abreviação de itens lexicais, supressão ou abreviação de itens gramaticais, inserção de símbolos e animações (dependendo do aparelho), estruturas frasais pouco formais. Como na maioria das interações via SMS os interactantes apresentam um certo grau de relacionamento, eles calculam o sentido dos enunciados a partir de inferências possibilitadas pelo conhecimento que partilham.
- **Método de gerenciamento do texto:** outra variável que também interfere na maneira como os usuários compõem seus textos diz respeito aos recursos que o aparelho móvel apresenta. Para a produção do texto, temos um teclado multifuncional que combina numa única tecla três letras do alfabeto, algarismos numéricos, sinais de pontuação e símbolos. Isso demanda mais tempo para a escritura do texto, o que leva o produtor aos encurtamentos, às supressões de letras, ao uso de símbolos matemáticos, à redução de expressões, criando, assim, uma notação ortográfica diferenciada.

¹ Embora essa quantidade de caracteres seja determinada pelas operadoras, existem aparelhos celulares que limitam ainda mais o texto, não comportando os 160 caracteres e, desmembram, assim, a mensagem.

- **Ações de linguagem:** as mensagens geralmente ocorrem na forma de avisos, lembretes, pedidos de informação, paqueras e propagandas.

As limitações do suporte (espaço para digitação) conferem aos torpedos muitas de suas peculiaridades linguísticas, e a compreensão dos textos se realiza porque os interactantes contam com a capacidade cognitiva uns dos outros para preencher as lacunas semânticas deixadas na linearidade da superfície textual.

3. A CONCEPÇÃO DE TEXTO

É mister destacar que qualquer que seja a interação realizada por meio de torpedos é constituída por texto, mesmo aquelas que apresentam apenas imagem ou números e, todo e qualquer texto emerge de um contexto. Mas afinal, o que é um texto? Sobretudo quando se trata de torpedos, cujo suporte, por onde circulam as mensagens, delimita o espaço para a construção textual.

No campo da Linguística Textual, muitas discussões foram feitas acerca do conceito de texto, dos elementos responsáveis por fazerem um texto ser um texto e não apenas uma sequencia de frases. Essas discussões culminaram na conclusão de que o processo de construção de um texto vai muito além da organização dos sinais gráficos ou da estruturação sintática de uma sentença. Construir um texto é relacionar semanticamente enunciados.

Assim sendo, o processo de construção textual diz respeito à constituição do discurso, como as unidades discursivas se inter-relacionam, ao modo como produtor e receptor manipulam o texto adequando-o às circunstancias e condições de uso da língua e interagem por meio dele.

Para Isenberg (apud FÁVERO; KOCH, 2002) a geração de um texto deve ser construída sob oito aspectos: legitimidade social, funcionalidade comunicativa, semanticidade, referência à situação, intencionalidade, boa formação, boa composição e gramaticalidade. Na perspectiva de Isenberg, a relação que existe entre os elementos do texto deve-se à intenção que o produtor tem de produzi-lo, fornecendo ao ouvinte/leitor pistas para que este, através de sua capacidade cognitiva, possa reconstruir a intencionalidade dentro do texto e, assim, compreendê-lo em sua totalidade.

Consoante a esta definição de texto proposta por Isenberg, trazemos para a nossa discussão a definição de texto nas palavras de Koch:

“texto é uma manifestação verbal que se constitui de elementos linguísticos que são selecionados e ordenados pelos falantes, durante a atividade verbal, de modo que os pares, na interação, possam não apenas depreender conteúdos semânticos, em decorrência da ativação de processos e estratégias de ordem cognitivas, mas também realizar a interação de acordo com práticas socioculturais”. (KOCH, 2005, p.27)

Deste modo, não se pode pensar num texto como um amontoado de palavras, interligadas apenas por conectores, pois o sentido dos textos não depende só dos elementos que nele encontramos, mas também de fatores de ordem sociocultural, cognitiva e interacional, enfim, do contexto de onde ele emerge e que o faz significar. Portanto, os pressupostos contextuais são de grande importância para a constituição e para a compreensão do texto, pois é no universo contextual da enunciação que os referentes vão se construindo. Isso implica dizer que todo texto faz referência a uma situação concreta chamada contexto, seja ele situacional, histórico, social, político ou cultural, cuja identificação é fundamental para a compreensão do texto, ou seja, para que um determinado enunciado possa produzir um efeito de sentido, é necessária a ativação do contexto em que este enunciado foi gerado. A propósito, Guimarães (1999, p. 13) afirma que “contexto e situação ou referentes textuais e referentes situacionais articulados compõem a unidade linguística, semântica e pragmática indispensáveis para conferir ao texto significado pleno”. Dijk (1999), por seu turno, observa que, mesmo não sendo suficiente para uma compreensão pragmática do enunciado, a análise do contexto em que certo ato de fala é realizado é condição primária para que essa compreensão se realize.

Chiavegatto (2002) define contexto como um *construto* (espaço mental) de natureza semiótica, de sentido fundamentalmente dinâmico, em que esse dinamismo é garantido pela relação entre objeto, signo e interpretantes; é um espaço em que novos sentidos são construídos. A autora afirma que, numa abordagem sociocognitiva, “o contexto é o lugar em que os signos das situações comunicativas e dos arquivos de memória acessados são gerados” (CHIAVEGATTO 2002, p. 128), ou seja, através dos domínios cognitivos geramos enunciados e produzimos sentidos, não como propriedades das palavras, mas, do contexto sociocomunicativo. Isso implica dizer que o ouvinte/leitor tem um papel fundamental na construção do texto, pois ele tem a responsabilidade de fazer uma reescrita dos textos no ato de sua recepção, conforme seu modelo mental de mundo, de modo que esse ato de reescrita se caracterize pela geração do(s) sentido(s) do texto. É claro que as interpretações feitas pelo leitor não são totalmente livres. Elas são sinalizadas pelas estratégias de organização textual, que constituem as pistas que levam o ouvinte/leitor à (re)construção do(s) sentido(s) do texto. Nesse processo, o ouvinte/leitor mobiliza o contexto, considerando-o com base em seu conhecimento prévio, e calcula, a partir dos elementos verbais e não-verbais, as intenções do texto. Sob essa perspectiva, consideramos produtor do texto e ouvinte/leitor interlocutores de uma situação comunicativa que operam a construção dos sentidos, tendo em vista os conhecimentos de que dispõem (enciclopédico, linguístico, partilhados).

4. OS ELEMENTOS TEXTUAIS QUE DÃO CONTA DA TESSITURA DE UM TEXTO

O ato de tecer um texto, como sugere a própria etimologia da palavra, é realizado por meio de vários procedimentos que, além de desenvolverem um tema e relacionarem enunciados, colocam em interação sujeitos em uma dada situação de enunciação, em que os enunciados formam um todo significativo. Todos esses aspectos concorrem para a construção do sentido do texto, para o estabelecimento de sua coerência.

Charolles (1978) pontua quatro metarregras que, segundo ele, são necessárias para a coerência textual.

São elas: as metarregras de repetição, de progressão, de não-contradição e de relação.

- **A metarregra de repetição:** procedimento de retomada de elementos presentes na superfície textual ou num campo extralinguístico, possibilitando a recuperação do que foi dito anteriormente. Essa retomada pode ser realizada tanto pelo mesmo elemento textual quanto por pronomes, numerais, expressões sinônimas, nomes genéricos, hiperônimos, entre outros.
- **A metarregra de progressão:** procedimento que consiste no acréscimo de novas informações para que haja progressão temática. A repetição e a progressão se complementam, pois uma garante a continuidade do tema através da retomada de elementos passados e a outra faz o texto progredir.
- **A metarregra de não contradição:** procedimento que prima para que informações não se contradigam.
- **A metarregra de relação:** procedimento que assegura o estabelecimento da coerência através da relação de pertinência (relevância) entre os enunciados dando ao texto uma totalidade de sentido.

Segundo Charolles (apud MUSSALIN; BENTES, 2004), portanto, prover um texto de coerência consiste em dar a ele sentido global.

Koch; Travaglia (2007), por sua vez, evidenciam que a coerência se estabelece numa dada situação comunicativa entre dois usuários que levam em conta o Princípio da Cooperação. Nesse sentido, emissor e receptor se responsabilizam, respectivamente, pela intencionalidade e aceitabilidade do texto. Em outros termos, o emissor se utiliza de todos os recursos de que dispõe para construir um texto coesivo e coerente – salvo nos casos em que pretende intencionalmente produzir efeitos específicos – ao passo que o receptor, tendo em vista o princípio de cooperação, toma a manifestação do outro como intencionalmente significativa e, dessa forma, atribui sentido a ela.

Dijk (1999), ao apontar a coerência como principal fator de textualidade, propõe o conceito de macro e microestrutura textual. Para ele, a coerência ocorre nas duas dimensões: global e local.

A coerência global ou macroestrutura trata do significado global do texto que depende do objeto do texto e dos esquemas cognitivos acionados por ocasião da produção e compreensão do texto.

Na coerência local ou microestrutura textual, a relação de coerência ocorre entre as sequências linguísticas; aqui, os recursos morfológicos e sintáticos têm a responsabilidade de organizar e encadear os segmentos textuais, promovendo, assim, a tessitura do texto.

De acordo com Dijk (1981), “a coerência não é apenas uma propriedade do texto, ela se manifesta na situação comunicativa em que os usuários compartilham de modelos cognitivos que são adquiridos culturalmente”.

Outro recurso não menos importante na construção de um texto é a coesão textual. Os recursos

coesivos, embora não representem elementos imprescindíveis para assegurar ao texto sua inteligibilidade, funcionam como elementos bastante produtivos na construção da textualidade, pois as cadeias coesivas formadas no texto ocorrem por meio da referência em que se reativam referentes. Essa função de reativação de referentes é desempenhada pela coesão referencial. Ela opera sobre a memória discursiva do destinatário do texto, permitindo-lhe reativar elementos presentes no co-texto ou na situação enunciativa.

Os estudos acerca da coesão apontam, sobretudo, para o importante papel do enunciador na dinamicidade do discurso, pois os objetos discursivos por ele selecionados podem ser modificados, desativados, reativados, transformados, recategorizados, a fim de realizar seu projeto de dizer (KOCH, 2005).

5. UM OLHAR SOB O CORPUS

Conforme podemos observar tanto a operadora Oi quanto a TIM quase sempre utilizam o próprio nome (Oi!), (Tim) na abertura de sua mensagem, conforme os exemplos abaixo. É evidente que essa estratégia mobiliza certas funções, a saber: destacar o nome da operadora, aproximar-se do cliente, garantir autenticidade da empresa e conferir uma certa informalidade à situação de comunicação.

Exemplo 1:

a) **Oi.** Ganhe créditos em dobro! Programe a recarga automática de R\$30 no seu Oi, receba R\$60 em créditos e pulsos no telefone fixo. Ligue *144 e saiba mais!

b) **MEGATIM! TIM** Torpedos ou **TIM** Fotomensagens p/ apenas R\$0,50 cada. Envie MEGA para 4141 e contrate 200 mensagens por R\$10. Aproveite! Regulamento: www.tim.com.br

Essas estratégias de referência anafóricas utilizadas acima atestam a natureza argumentativa do texto, sendo o nome da operadora constantemente reiterado, o que permite sua retenção na memória do usuário. Nos exemplos, percebemos que há sempre a retomada do núcleo do Sintagma Nominal, que, em geral, é o nome da operadora, uma repetição que serve à estratégia da “água mole em pedra dura, tanto bate até que fura”, conforme afirma Koch (2000).

Nos exemplos a seguir, (2a, 2b e 2c) observamos que, ao mesmo tempo em que as operadoras oferecem a seus clientes uma promoção, elas impõem condições à adesão das mesmas, uma vez que os clientes só poderão garantir a sua participação caso paguem o valor determinado pela operadora para aderir à promoção. Por essa razão, as mensagens de operadoras apresentam um alto nível de modulação, em que há grande incidência de sentenças injuntivas com verbos no imperativo que propõem (vendem) bens e serviços das operadoras.

Exemplo 2:

- a) Vivo TUDO: ULTIMO DIA (*sic*) para usar os benefícios. Caso não tenha R\$6,90, recarregue e aproveite por mais 7 dias. Saiba mais em *9003
- b) PROMO TIM+60: ate 31/05 por apenas R\$9,90 ganhe +60mim locais/mês por ate (*sic*) 6 meses p/ qualquer TIM! Participe respondendo essa mensagem com TIM MAIS.
- c) Oi, esta sem credito (*sic*)? Mande um SMS com a palavra OI pra 333 e receba R\$4,00 de recarga emergencial. Na próxima recarga vc paga so (*sic*) R\$ 4,80 (empréstimo (*sic*) + R\$ 0,80)

O exemplo abaixo nos mostra claramente como a coerência de um texto pode ficar comprometida quando as expressões ou as escolhas lexicais são mal selecionadas, pois observamos que se a operadora tinha neste torpedão a intenção de criar em seu cliente a expectativa sobre a possibilidade de ganhar um GALAXY S4, ela pegou a “contra-mão” dos princípios de textualidade comprometendo a coerência do texto por meio da contradição e da falta de articulação entre os componentes textuais. Ora, se a proposta é bonificar o cliente que nunca ganhou qualquer prêmio das promoções oferecidas pela operadora, como esta pode sentir-se orgulhosa pelo fato do cliente nunca ter ganhado nada? Neste caso, as articulações das partes que compõem este texto já começaram desarmônicas.

Exemplo 3:

- a) Estamos orgulhosos de voce! A tim viu que o numero 9181301538 nunca ganhou um premio, então, decidi fazer algo: concorra hj grátis a 1 GALAXY S4 da TIM! Responda “TIM” s/ custo!

Ainda neste exemplo, observamos o uso de elementos de coesão referencial catafórico notado na seguinte expressão: “(...) então decidi fazer algo: concorra hj grátis a 1 GALAXY S4 da TIM! Responda “TIM” s/ custo!”. Apesar de toda a expressão fazer parte da coesão referencial catafórica, são as palavras “grátis e sem custo” que sinalizam o que a operadora está fazendo pelo cliente para que ele possa desfrutar deste “benefício” de concorrer a um Galaxy S4.

No exemplo 4 abaixo a operadora Tim lançou mão da estratégia de intertextualidade para compor seu texto, e assim torná-lo mais dinâmico uma vez que a mensagem foi construída a partir da relação de um texto com outro já existente, neste caso com aquela que talvez seja a mais famosa marchinha dos carnavais brasileiros: “*Mamãe Eu Quero!*”, abstraindo dele alguns aspectos para dar-lhes nova feição ao texto. Propositamente a mensagem foi amplamente divulgada pela operadora TIM no contexto adequado: o período de carnaval no Brasil. Essa adequação do texto a uma situação comunicativa, ao contexto, mostra como a operadora foi feliz em utilizar a situacionalidade como elemento de orientação do sentido do discurso, tanto na sua produção como na sua interpretação.

Exemplo 4:

a) Mamãe eu quero, mamãe eu quero falar! O carnaval está chegando, recarregue seu TIM a partir de R\$18 e não fique sem falar! Ligue mais e caia na folia!

Exemplo 5:

a) Oi, esta sem credito? Mande um SMS com a palavra OI pra 333 e receba R\$4,00 de recarga emergencial. Na próxima recarga vc paga so R\$ 4,80 emprestimo +R\$ 0,80)

b) OFERTA RELAMPAGO (*sic*): Lembre-se. Recarregue R\$15 ou mais ate (*sic*) 30/05 e GANHE 100 minutos para Vivo em ligações locais validos(*sic*) por 15 dias.

c) Quer falar c/ qualquer TIM c/ 41 sem pagar nada? Recarregue hoje R\$18 e GANHE o dia de amanha p/ falar GRATIS c/ qualquer TIM do Brasil c/ 41! Aproveite!

Nos exemplo acima (5a, 5b e 5c), observamos que as três operadoras lançam mão de marcadores de relações espaço-temporais por meio das seguintes expressões: “Na próxima recarga”, “ate 30/05”, “validos por 15 dias”. Recarregue hoje, GANHE o dia de amanha. Nessas mesmas mensagens, vimos também que a presença do verbo “ganhar” se inscreve como um mecanismo de persuasão das operadoras aos seus clientes, uma vez que o cliente ao ter algo para ganhar é aquele que tem a capacidade de usufruir das vantagens que a operadora propõe.

No exemplo 5a, o uso do operador argumentativo “só”, no trecho que segue: “(...) vc paga **so** R\$ 4,80 emprestimo +R\$ 0,80), tem a intenção de mostrar ao cliente que o valor que será pago por ele para obter os benefícios que a operadora lhe dispõe é muito pouco, diante de um ganho inquestionável. Este mesmo exemplo também apresenta um comprometimento na estruturação da organização do texto, deixando o cliente na dúvida sobre o valor que será pago pelo empréstimo, se R\$4,80 ou se RS4,80 + R\$0,80.

6. APONTAMENTOS CONCLUSIVOS

Analisando as mensagens enviadas pelas operadoras observamos que, de modo geral, há uma preocupação com a clareza e com a objetividade das informações a serem dadas, já que não é propósito da operadora deixar para o cliente o ônus das inferências sobre suas pretensões. É propósito delas construir mensagens concisas, com conteúdos claros e objetivos explicitamente referidos na superfície do texto.

Em geral, os torpedos enviados por operadoras implicam em relações comerciais para divulgação e ampliação de serviços. Para isso, as operadoras tentam estabelecer relações mais próximas com seus clientes, diminuindo a distância entre empresa e cliente.

Observa-se que, conforme o propósito comunicativo, as operadoras de celulares utilizam-se de vários mecanismos como estratégia de construção de sentidos dos textos, mostrando suas habilidades no gerenciamento dos recursos linguísticos-discursivos de que dispõem para realizar seu projeto de dizer. Assim, para as operadoras, o importante é assegurar a compreensão e, de certa forma, (re)afirmar os laços sociais com seus clientes, com o intuito de divulgar bens e serviços.

Os torpedos enviados pelas operadoras tendem a ser elaborados com mais objetividade e clareza, com pouca ou nenhuma informação implícita. As informações fornecidas apresentam um grau elevado de modalização, com verbos no imperativo, em que o enunciador (a operadora) se inscreve no enunciado e, dessa forma, instaura o usuário como enunciatário-cliente e dele espera a adesão a suas promoções.

Considerando que as mensagens de operadoras de celulares são mensagens publicitárias, pode-se também considerar que, como qualquer anúncio publicitário, elas têm por natureza a enunciação ameaçada (cf. MAINGUENEAU, 2005) por essa razão, as mensagens SMS, tais quais os textos publicitários, cuidam da preservação das faces e, para garantir essa preservação imaginária é que as empresas procuram criar anúncios que possam seduzir os seus clientes ou futuros clientes. Portanto, a criação de mundos textuais na propaganda não é uma tarefa fácil para quem se propõe a fazê-la, pois as escolhas lexicais e as relações contextuais imbricadas nos textos são fundamentais para estabelecer um processo de comunicação entre o produtor do texto e a sua clientela.

REFERÊNCIAS

Baron, N. S. (2005). *See you online: Gender issues in college student use of instant messaging*. New York: Routledge.

Brown, A. (2002). *The language and communication of SMS: An exploratory study of young adults text messaging*. Unpublished B.A. Dissertation. Wales: Cardiff University.

Charolles, M. (1978). *Coherence as a principle of the interpretability of discourse*. MS.

Chiavegatto, V. C. (2002). Signos entrelaçados: contexto e construção dos sentidos na linguagem. In: Henriques, C. C.; Pereira, M. T. G. *Língua e transdisciplinaridade: rumos, conexões, sentidos*. São Paulo: Contexto.

Van Dijk, T. A. (Org.). (1981). *Studies in the pragmatics of discourse*. Paris: Mouton Publishers.

_____. (1999). *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto.

Fávero, L. L.; Koch, I. G. V. (2002). *Linguística textual: Introdução*. São Paulo: Cortez.

Georgakopoulou, A. (2006). Postscript in computer-mediated communication. *Journal of Sociolinguistics*, 10 (4), p. 548-557.

Guimarães, E. (1999). *A articulação do texto*. São Paulo: Ática.

Herring, S. C. Computer-mediated discourse. In: Schiffrin, D.; Tannen, D.; Hamilton, H. (Eds.). *The handbook of language and gender*. Oxford: Blackwell, 2001, p. 202- 228.

Koch, I. G. V. (2005). *A coesão textual*. São Paulo: Contexto.

_____. (2006). *Desvendando os segredos do texto*. São Paulo: Cortez.

Koch, I. G. V; Travaglia, L. C. (2007). *Texto e coerência*. São Paulo: Cortez.

Mainueneau, D. (2005). *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez.

Marcuschi, L. A. (2004). Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: Marcuschi, L. A; Xavier, A.C. (Org.). *Hipertexto e gêneros digitais*. Rio de Janeiro: Lucerna.

Mussalim, F.; Bentes, A. C. (Orgs.) (2004). *Introdução à lingüística: domínios e fronteiras*. v. São Paulo: Cortez.

Santos, E. M. (2005). Chat: e a agora@? Novas regras – nova escrita. In: Coscarelli, C. V.; Ribeiro, A. E. (Orgs.). *Letramento digital: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Coleção Linguagem e educação. Belo Horizonte: Ceale/Autêntica.

Recebido em: 30/07/2015

Aceito em: 22/09/2015