



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE LETRAS VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

RAIMUNDA GOMES DE CARVALHO BELINI

MULTIMODALIDADE E PROPÓSITOS COMUNICATIVOS
NO GÊNERO HOMEPAGE INSTITUCIONAL

FORTALEZA

2014

RAIMUNDA GOMES DE CARVALHO BELINI

**MULTIMODALIDADE E PROPÓSITOS COMUNICATIVOS
NO GÊNERO HOMEPAGE INSTITUCIONAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Linguística. Área de Concentração: Linguística. Linha de Pesquisa: Práticas Discursivas e Estratégias de Textualização

Orientadora: Profa. Dra. Maria Margarete Fernandes de Sousa

FORTALEZA

2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B38m Belini, Raimunda Gomes de Carvalho.

Multimodalidade e propósitos comunicativos no gênero homepage institucional /
Raimunda Gomes de Carvalho Belini. – 2014.
178 f. : il. color.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa
de Pós-Graduação em Linguística, Fortaleza, 2014.

Orientação: Profa. Dra. Maria Margarete Fernandes de Sousa.

1. Gêneros Textuais. 2. Homepages Institucionais. 3. Multimodalidade. 4.
Hipertextualidade. 5. Propósitos Comunicativos. I. Título.

CDD 410

RAIMUNDA GOMES DE CARVALHO BELINI

**MULTIMODALIDADE E PROPÓSITOS COMUNICATIVOS
NO GÊNERO HOMEPAGE INSTITUCIONAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Linguística. Área de Concentração: Linguística. Linha de Pesquisa: Práticas Discursivas e Estratégias de Textualização

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Margarete Fernandes de Sousa (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Benedito Gomes Bezerra
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Prof. Dr. Antônio Luciano Pontes
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

Prof. Dr. Júlio Cesar Rosa de Araújo
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Maria Elias Soares
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Todas as minhas conquistas eu dedico a você, meu filho. É por você que pulsa em mim o sentimento de orgulho por ter chegado ao final desta grande etapa em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Há quatro anos, ao elaborar a minha dissertação, vi que nem sempre temos a oportunidade de agradecer formalmente às pessoas que nos ajudam a realizar grandes e importantes objetivos em nossas vidas. De lá para cá, muitas idas e vindas, muitas outras pessoas passaram a integrar essa preciosa lista. E assim, começo agradecendo:

A Deus, fonte de vida, pelo amor infinito, por ter encorajado e orientado os meus passos nos momentos difíceis desta importante trajetória;

À Professora Dra. Maria Margarete Fernandes de Sousa, muito mais do que uma orientadora, uma amiga. Obrigada, por ter dividido comigo os seus conhecimentos e orientações sempre oportunos e esclarecedores. Agradeço, especialmente, por ter sido amiga, gentil, cuidadosa, sensível, incentivadora, disposta, crítica e por outras tantas qualidades, que fez com que eu me sentisse acolhida e capaz;

À Professora Dra. Mônica Magalhães Cavalcante, pelas sugestões oportunas e preciosas durante o meu Exame de Qualificação. Valeram as críticas e sugestões, essenciais para concretização deste estudo;

Ao Professor Dr. Júlio Cesar Rosa de Araújo, pelos questionamentos, sugestões e críticas, que me fizeram retomar posicionamentos importantes neste estudo ainda no Exame de Qualificação e que foram essenciais para a concretização desta Tese;

À Professora Dra. Maria Elias Soares, pelas importantes contribuições metodológicas apresentadas a esta Tese, mas, especialmente, por ser essa professora dedicada e responsável por quem tenho grande admiração;

Ao Professor Dr. Benedito Gomes Bezerra e ao Professor Dr. Antônio Luciano Pontes, por tão gentilmente aceitarem participar da Banca Examinadora desta Tese e pelas sugestões significativas e oportunas para o enriquecimento deste estudo;

Aos leitores/usuários da internet, colaboradores deste estudo, que aceitaram e se dispuseram a responder o questionário de pesquisa. Agradeço, sobretudo, pela confiança dispensada durante a pesquisa;

Ao Rodrigo Lima, profissional dedicado na arte da *web*. Obrigada pela conversa amigável e amistosa que muito contribuiu para que eu compreendesse sobre a difícil tarefa de um *web designer*;

À Coordenação do Programa de Pós Graduação em Linguística (PPGL) da UFC, pelo empenho e dedicação no desenvolvimento e na condução do curso;

Aos professores do PPGL, que diretamente contribuíram para o meu aprendizado intelectual, e com muito empenho colaboraram, cada um ao seu modo, para a concretização deste estudo;

Ao Eduardo e à Vanessa, pela disponibilidade e grande contribuição em todos os momentos que lhes foram solicitados;

Aos professores Dr. Pedro Rodrigues Magalhães Neto, Dra. Catarina de Sena S. M. da Costa e Dra. Iveuta Abreu Lopes, que aqui representam os meus queridos professores que sempre torceram pelas minhas conquistas e acreditaram que um dia eu alçaria altos vôos na vida acadêmica.

Ao Instituto Federal do Piauí (IFPI), pelo incentivo à profissionalização e à capacitação docente. A liberação dos dozes meses para a conclusão deste estudo foi essencial para que eu pudesse me dedicar às reflexões, leituras e escritas finais desta Tese;

A Remédios Brito, pela gentileza e pela compreensão durante a realização do curso. E a todos os colegas professores, que contribuíram durante as minhas ausências e, muitas vezes, com a minha substituição nos horários de aula.

Aos meus queridos alunos, que souberem compreender a minha substituição e me incentivaram com todo o carinho e apoio para a conclusão deste estudo;

Às minhas amigas: Cristiany Marinho, por acreditar no meu potencial. Denival, por fazer parte da torcida. Maria Elianete, amiga de valor significativo. Yana Liss, com quem dividi parte de minhas angústias durante todo esse percurso;

À Janaína de Aquino Ferraz, pelo carinho dispensado, pela contribuição e pelo empenho em disponibilizar material bibliográfico a esta pesquisa;

Ao meu querido amigo Franklin Silva, pela leitura prestimosa deste trabalho e por sempre se mostrar dedicado e solícito quando dele precisamos;

À minha amiga Leila Patrícia, fiel e sincera, em quem sempre posso confiar e com quem compartilhei parte de minhas inquietações e alegrias na realização do curso.

À minha amiga Ana Paula, pelo carinho, incentivo e verdadeira amizade. Obrigada também pelas leituras e releituras que muito contribuíram;

Ao meu amigo Jhonatas Gesteira, em quem em tão pouco tempo aprendi a confiar e a quem devo a formatação e parte da revisão ortográfica desta tese;

À minha querida Veraluce Lima, mais que uma amiga, exemplo de coragem, de determinação, de humildade e de sabedoria. Obrigada, pelo acolhimento e pelo incentivo;

Aos amigos do Doutorado, especialmente, Ana Silvina e Paula Francinetti, amigas com as quais eu dividi parte de meus anseios e angústias durante todo esse percurso;

Ao meu pai Francisco Dalvo (*in memoriam*) e à minha mãe Maria das Neves, exemplos de amor, compreensão e intensa dedicação à família. São luz em minha vida, com meus pais aprendi a não desistir de meus sonhos e a buscar sempre coragem e determinação para continuar sempre lutando;

Ao meu filho, Pedro Gabriel, a quem dedico toda a minha trajetória de estudos. Obrigada ao meu filho, por permitir que eu abdicasse do tempo de sua presença para a concretização deste objetivo;

Ao Renato Belini, pelo companheirismo, pela presença constante, pelo apoio incondicional. Agradeço, especialmente, por compartilharmos todas as dificuldades e alegrias. Muito Obrigada;

Às minhas irmãs Patrícia Gomes, exemplo de determinação e fortaleza, que sabiamente me incentiva na realização de meus sonhos; e Francisca Gomes, exemplo de fraternidade, dedicação e cuidado, por quem tenho grande carinho e admiração. Ao meu irmão Abnadá Neto, por sempre acreditar na minha capacidade, pela amizade fraterna e pelo incentivo inestimável durante toda a minha vida;

À minha Vovó Linoca (*in memoriam*) e a todos os meus familiares, que sempre torceram e acreditaram na minha persistência. Aqui incluo os que estiveram do meu lado, acompanharam minha luta de perto e me incentivaram sempre;

A todos que direta e indiretamente contribuíram para a concretização deste sonho. Embora os nomes não tenham sido aqui mencionados, permanecem em meu coração a gratidão sincera a todos. Sem a colaboração de todos, esta conquista não seria possível. MUITÍSSIMO Obrigada!

“É impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo” (PIÉRRE LEVY, 2011, p. 22).

RESUMO

Os gêneros textuais digitais apresentam características próprias decorrentes, especialmente, dos recursos que o meio oferece, como por exemplo, as organizações multimodais, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos. Partindo desse pressuposto, objetivamos, nesta pesquisa, analisar os recursos multimodais, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos, que contribuem para a constituição do gênero textual *homepage* institucional. Para tanto, esta tese está fundamentada na Análise Sociosemiótica Multimodal, que encontra amparo na proposta da Gramática do *Design* Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, [1996] 2006), nos estudos da hipertextualidade digital (COSCARELLI, 1999; 2009; RIBEIRO, 2008; ARAÚJO; LIMA-NETO, 2012) e dos propósitos comunicativos (ASKEHAVE; SWALES, 2001; SWALES, 2004; BEZERRA, 2009; BIASI-RODRIGUES; BEZERRA, 2012). Com base no modelo de análise de gênero proposto por Vijay Bhatia (2004), estabelecemos uma metodologia de análise de gênero textual digital, que forneceu os subsídios necessários ao percurso de investigação das homepages de universidades federais e assim alcançamos os objetivos pretendidos a esta pesquisa. As análises desta investigação revelam que o gênero textual em questão é caracterizado pelo visual/gráfico que se destaca em detrimento do estritamente verbal, de forma a promover a integração multimodal/hipertextual e a configurar a lógica organizacional do gênero. Portanto, mais do que simplesmente oferecer sinopses, chamadas e sumários do conteúdo do *site* e apresentar cores, formas, imagens, através de seus recursos multimodais próprios, o gênero textual *homepage* institucional de universidades federais pretende atrair o leitor e fortalecer a identidade da instituição, procurando estabelecer uma imagem pública desejada. Além disso, o gênero textual *homepage* institucional de não fornece ao leitor todo conteúdo do *site*, mas apresenta uma seleção de conteúdos determinados por seus administradores que se baseiam naquilo que acreditam que irá satisfazer as necessidades e os anseios do leitor/usuário.

Palavras-chave: Gêneros Textuais. Homepages Institucionais. Multimodalidade. Hipertextualidade. Propósitos Comunicativos.

ABSTRACT

The digital genres are characterized by such features as multimodal organizations, hypertext elements and communicative purposes. These, in turn, are the product of the unique resources of the environment. According to this assumption, in this research, we aim to analyze the multimodal resources, the hypertext elements and communicative purposes that contribute to the formation of the institutional homepage text genre. These include multimodal resources, hypertext elements and communicative purposes. To this end, this thesis is based on the Social Semiotic Multimodal Analysis, which finds support in the proposed Grammar of Visual Design (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996; 2006), in studies of digital hypertextuality (COSCARELLI, 1999; 2009; RIBEIRO, 2008; ARAÚJO; LIMA-NETO, 2012), and in communicative purposes (ASKEHAVE; SWALES, 2001; SWALES, 2004; BEZERRA, 2009; BIASI-RODRIGUES; BEZERRA, 2012). Based on the genre analysis model proposed by Vijay Bhatia (2004), we established a methodology for analyzing digital genre which supported the investigation process of the federal universities' homepages. This allowed us to achieve the desired goals of this research. The analyses of this investigation show that the genre in question is characterized by the visual/graphic dimension over the strictly verbal in order to promote multimodal and hypertextual integration, and set up the organizational logic of the genre. Therefore, rather than simply offering synopses, calls and summaries of the website content, presentation of colors, shapes, images through its own multimodal resources, the institutional homepage genre aims to engage the reader while strengthening the institution's identity and helping to establish the desired public image. Moreover, the institutional homepage genre does not provide the reader with all site content, but presents a selection of content determined by their administrators. The selection criteria are based on what they believe will meet the needs and wishes of the reader/user.

Keywords: Textual Genres. Institutional Homepages. Multimodality. Hypertextuality. Communicative Purposes.

RESUMEN

Los géneros textuales digitales presentan características propias decurrentes, especialmente, de los recursos que el medio ofrece, como las organizaciones multimodales, los elementos hipertextuales y los propósitos comunicativos. Desde ese presupuesto, objetivamos, en esta investigación, analizar los recursos multimodales, elementos hipertextuales y propósitos comunicativos, que contribuyen para la constitución del género textual *homepage* institucional. Para tanto, esta tesis se fundamenta en el Análisis Socio-semiótico Multimodal, que encuentra amparo en la propuesta de la Gramática del Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, [1996], 2006), en los estudios de la hipertextualidad digital (COSCARRELLI, 1999; 2009; RIBEIRO, 2008; ARAÚJO; LIMA-NETO, 2012), y de los propósitos comunicativos (ASKEHAVE; SWALES, 2001; SWALES, 2004; BEZERRA, 2009; BIASI-RODRIGUES BEZERRA, 2012). Basados en el modelo de análisis de género propuesto por Vijay Bhatia (2004), establecemos una metodología de análisis de género textual digital, que ofreció los subsidios necesarios a la trayectoria y a la investigación de las *homepages* de universidades federales para que, así, pudiéramos alcanzar los objetivos de esta investigación. Los análisis de esta investigación revelan que el género textual enfocado es caracterizado por lo visual/gráfico que se destaca en detrimento de lo estrictamente verbal, de forma a promover la integración multimodal e hipertextual y a configurar la lógica organizacional del género. Por lo tanto, más que simplemente ofrecer sinopsis, llamadas y sumarios del contenido de los sitios, presentación de colores, formas, imágenes, desde sus recursos multimodales propios, el género textual *homepage* institucional pretende atraer el lector y fortalecer la identidad de la institución, buscando establecer la imagen pública deseada. Además, el género textual *homepage* institucional no fornece al lector todo el contenido del sitio, sino una selección de contenidos determinados por sus administradores que se basan en aquello en que creen que vaya a satisfacer las necesidades y los deseos del lector/usuario.

Palabras-chave: Géneros Textuales; Homepages Institucionales; Multimodalidad; Hipertextualidad; Propósitos Comunicativos.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Homepage do <i>site</i> UOL no ano de 1996	62
Figura 2 – Homepage do <i>site</i> UOL em 2014	64
Figura 3 – Distribuição da informação ao longo do eixo horizontal	68
Figura 4 – Distribuição da informação ao longo do eixo vertical.....	68
Figura 5 – Distribuição da informação ao longo dos trípticos horizontal e vertical ...	70
Figura 6 – Distribuição da informação na homepage da UFC	111
Figura 7 – Distribuição da informação na homepage da UFMA	113
Figura 8 – Distribuição da informação na homepage da UFPI	114
Figura 9 – Domínio do Ideal: nome e brasão da UFC	116
Figura 10 – Domínio do Ideal: nome e brasão da UFMA	117
Figura 11 – Domínio do Ideal: nome e brasão da UFPI	117
Figura 12 – Organização horizontal de <i>links</i> (UFC).....	118
Figura 13 – Organização horizontal de <i>links</i> (UFMA)	119
Figura 14 – Organização horizontal de <i>links</i> (UFPI).....	119
Figura 15 – Ferramentas de busca presentes nas três homepages institucionais .	120
Figura 16 – Ouvidoria (UFMA).....	122
Figura 17 – Domínio do Real: Endereço, telefone e mapa de localização (UFC)...	123
Figura 18 – Domínio do Real: Endereço, telefone e mapa de localização (UFMA)	123
Figura 19 – Domínio do Real: Endereço, telefone e mapa de localização (UFPI)..	124
Figura 20 – Repetição de Links (UFC)	125
Figura 21 – Domínio do Dado (UFPI)	127
Figura 22 – Domínio do Novo (UFMA)	128
Figura 23 – Saliência na homepage da UFC.....	131
Figura 24 – Saliência na homepage da UFMA	132
Figura 25 – Saliência na homepage da UFPI	132
Figura 26 – Enquadramento/ <i>framing</i> na homepage da UFC	135
Figura 27 – Enquadramento homepage UFPI.....	137
Figura 28 – Elementos hipertextuais (UFPI).....	140
Figura 29 – Links móveis (UFC)	142
Figura 30 – <i>Links</i> Móveis (UFC)	142
Figura 31 – <i>Links</i> móveis (UFMA)	143

Figura 32 – <i>Links</i> Gráficos UFMA.....	144
Figura 33 – <i>Links</i> Textuais e Gráficos UFC.....	145
Figura 34 – <i>Links</i> Gráficos UFC	146

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
AVA	Ambientes Virtuais de Aprendizagem
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
GDV	Gramática do <i>Design</i> Visual
GETEME	Gêneros Textuais: Perspectivas Teóricas e Metodológicas
HTML	<i>HyperText Markup Language</i>
IFPI	Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Piauí
MEC	Ministério da Educação e Cultura
PCN	Parâmetros Curriculares Nacionais
PPGL	Programa de Pós Graduação em Linguística
PROTEXTO	Grupo de Pesquisa Estudos do Texto e do Discurso
UFAC	Universidade Federal do Acre
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UFAM	Universidade Federal do Amazonas
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFC	Universidade Federal do Ceará
UFES	Universidade Federal do Espírito Santo
UFG	Universidade Federal de Goiás
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFMS	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
UFMT	Universidade Federal de Mato Grosso
UFPA	Universidade Federal do Pará
UFPB	Universidade Federal da Paraíba
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFPI	Universidade Federal do Piauí
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte

UFRR	Universidade Federal de Roraima
UFS	Universidade Federal de Sergipe
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UFT	Universidade Federal do Tocantins
UNIFAP	Universidade Federal do Amapá
UNIFESP	Universidade Federal de São Paulo
UNIR	Fundação Universidade Federal de Rondônia
WWW	<i>World Wide Web</i>

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	16
2 CONCEPÇÕES TEÓRICAS DOS GÊNEROS.....	26
2.1 Gêneros textuais: perspectivas teóricas.....	26
2.2 Gêneros textuais digitais.....	34
2.3 O Gênero textual homepage institucional.....	41
3 MULTIMODALIDADE, HIPERTEXTO E PROPÓSITOS COMUNICATIVOS: CATEGORIAS PARA CONSTRUÇÃO DO ESTUDO	46
3.1 Multimodalidade: das diferentes abordagens à Gramática do <i>Design Visual</i> ..	46
3.2 <i>Design</i> digital: da terminologia aos significados	59
3.3 Os significados composicionais no <i>design</i> digital: valor informacional, saliência e enquadramento	65
3.4 Hipertexto: da definição aos elementos constitutivos.....	73
3.5 Propósitos Comunicativos: dos gerais aos específicos	84
4 PROPOSTA TEÓRICO-METODOLÓGICA DA PESQUISA.....	92
4.1 Caracterização do Tipo de Pesquisa	92
4.2 Procedimentos Teórico-Metodológicos de Coleta e Análise dos Dados	93
5 A HOMEPAGE INSTITUCIONAL E OS TRAÇOS GENÉRICOS CONSTITUTIVOS	103
5.1 A Lógica organizacional e a composição multimodal na homepage institucional	104
5.2 Os elementos hipertextuais do gênero textual homepage institucional	138
5.3 Os propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional	148
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	153
REFERÊNCIAS.....	158
APÊNDICES	167
ANEXO	175

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Por que estudar os gêneros textuais digitais, assunto que vem sendo discutido e debatido nas mais diversas áreas do conhecimento? A resposta não nos parece tão difícil, se partirmos do fato de que, como afirma Marcuschi (2005a, p. 18), “o estudo dos gêneros textuais é uma fértil área interdisciplinar com atenção especial para o funcionamento da língua e para as atividades culturais e sociais do indivíduo”.

O nosso interesse por pesquisas nessa área se torna compreensível à medida que entendemos que, nos estudos de gêneros textuais, a relevância em investigarmos os gêneros textuais digitais é decorrente do fato de esses constituírem gêneros utilizados nas mais diversas práticas sociais, de lazer, de trabalho e de educação, com uso cada vez mais generalizado. O que nos leva a firmar que a *web* proporciona um ambiente particularmente interessante para investigarmos o uso, o repertório, o desenvolvimento e as características dos gêneros textuais.

Há mais de dez anos, Crowston e Williams (2000) apresentaram três importantes justificativas para a investigação dos gêneros textuais na *web*. Os autores destacaram, em primeiro lugar, que as capacidades do novo meio, a *internet*, resultam no desenvolvimento de novos gêneros textuais. Em segundo lugar, a maioria dos *sites* são públicos, o que facilita o acesso aos muitos exemplos de comunicação na *web*. E, por último, de acordo com os autores, há a reunião de muitas comunidades na *web*, permitindo experiências com os mais diferentes gêneros textuais a fim de atingir os mais diversos objetivos. Por exemplo, grupos de acadêmicos das inúmeras áreas do conhecimento usam a internet para se comunicar com os colegas através da publicação de seus próprios trabalhos.

Se, há mais de dez anos, estudiosos de gêneros textuais vislumbravam importantes preocupações e razões linguísticas para o estudo dos gêneros textuais digitais, atualmente muitas outras justificativas recobrem o interesse por esses estudos, especialmente, no que diz respeito à compreensão dos recursos multimodais e dos elementos hipertextuais no ambiente digital¹.

¹ Preocupações com os aspectos da multimodalidade associada à hipertextualidade configuram interesses de Grupo de Pesquisas nos diversos Programas de Pós-Graduação no país, como: o GETEME (Gêneros Textuais: Perspectivas Teóricas e Metodológicas) vinculado ao Grupo de Pesquisa Estudos do Texto e do Discurso (PROTEXTO); e o Hiperged, grupo de pesquisa que congrega pesquisadores e estudantes de várias universidades e institutos brasileiros, ambos inscritos no PPGL/UFC.

Devemos considerar que o avanço da tecnologia digital, especificamente da *internet*, com a proliferação dos novos aparelhos (*desktop*, *notebooks*, *tablets*, *smartphones*, caixas eletrônicos, urnas eletrônicas) tem acarretado mudanças evidenciadas no uso desses diversos instrumentos, na leitura e na produção dos múltiplos gêneros textuais digitais e, especialmente, na utilização de recursos semióticos variados, profusão da multimodalidade e da hipertextualidade para a realização de propósitos comunicativos no ambiente digital.

Não há dúvidas de que as pessoas estão produzindo e lendo textos mais polissêmicos, multimodais/hipertextuais, com propósitos comunicativos diversos e que a comunicação vem apresentando e adquirindo cada vez mais agilidade, rapidez, facilidade no que diz respeito às tecnologias digitais. Se antes enviávamos cartas que demoravam dias, semanas, para que fossem lidas pelos nossos correspondentes, hoje enviamos o *e-mail*, que nada mais é do que uma adaptação virtual que dispensa o papel e a caneta, mas que pode ser lida e acessada pelo destinatário em pouco tempo. Se antes enviávamos mensagens de celular, hoje utilizamos as redes sociais para deixar um recado para nossos amigos e podemos interagir de forma síncrona, com rapidez, por meio de mensagens com áudio e voz.

E assim destacamos também o pressuposto de que os gêneros textuais digitais apresentam características próprias, decorrentes dos recursos (multimodais/hipertextuais) que o ambiente oferece, expressos na lógica organizacional para a realização de propósitos comunicativos. Askehave e Nielsen (2005) asseveram que a multimodalidade e a hipertextualidade, características marcadamente notáveis na *internet*, constituem um desafio para os estudiosos, tendo em vista que esses recursos mudam o modo de produção e de recepção dos gêneros textuais que o meio abriga.

Outro fato que motivou realizarmos esta pesquisa centra-se em inquietações referentes à constatação de que os estudos sobre os gêneros textuais digitais, especificamente, sobre o gênero textual *homepage*, desenvolvidos no Brasil, em geral, procuram entender a relação entre os usuários (leitor e produtor) e o gênero textual; como esses usuários se comportam em contato com o ambiente digital; e como o ambiente digital interfere na percepção desses usuários. Para ratificar essa afirmação, apresentamos algumas pesquisas a respeito.

Komesu (2001), em uma das primeiras pesquisas desenvolvidas no Brasil sobre o gênero textual *homepage*, discutiu a escrita como conversação nas páginas

pessoais, com base na maneira como o autor de uma homepage constroi projeção de si, valendo-se de certas marcas de enunciação e de certos sinais gráficos para o estabelecimento da relação dessa imagem com o leitor.

A partir daí, Komesu (2001) demonstrou que a homepage pessoal pode ser considerada um gênero textual, “gênero de escrita” (expressão empregada pela autora), caracterizado pela função fática da linguagem, em que podemos observar marcas de comunicação mais rituais do que informativas. Essa constatação de Komesu (2001), válida para as construções e organizações textuais do gênero homepage pessoal naquela época, embora ainda se façam presentes nos dias de hoje, não constituem traços salientes na linguagem empregada nesse gênero textual digital, em decorrência principalmente de todo o avanço tecnológico nessa área ocorrido nos últimos tempos. Deixemos claro que isso não invalida nem reduz a importância da pesquisa empreendida pela estudiosa, mas nos leva a procurar perceber como atualmente os inúmeros recursos que o meio oferece se mostram determinantes e importantes para práticas de leitura e produção desses gêneros.

Marshall (2005, p. 17), por sua vez, analisou homepages pessoais acadêmicas de famosos e consagrados pesquisadores da linguagem, com o objetivo de “elaborar uma descrição da configuração do gênero discursivo eletrônico homepage pessoal”. Para tanto, Marshall (2005) analisou seis homepages pessoais acadêmicas de famosos e consagrados pesquisadores da linguagem. Com base nas análises, identificou os principais assuntos abordados pelos autores em suas homepages; investigou o *ethos* atribuído ao autor; e identificou possíveis relações entre autor e leitor.

Contudo, a autora deixou de considerar elementos importantes na construção e caracterização desse gênero que foram os recursos multimodais, elementos importantes e sobressalentes nos gêneros textuais digitais e sobre os quais nos debruçamos neste estudo, tendo em vista que os recursos multimodais são constitutivos de sentidos e marcas importantes na construção do gênero textual homepage que contribui para a composição desse gênero.

Outro estudo de destaque sobre a homepage foi o desenvolvido por Latham (2006), que analisou páginas pessoais da internet de “mulheres”, buscando compreender as estratégias linguístico-discursivas empregadas na construção de identidades de gênero em homepages pessoais. Embora Latham (2006) não tenha se voltado para a caracterização do gênero textual homepage pessoal, pois seu

trabalho se inscreve na Linha de Análise do Discurso, podemos observar a preocupação da autora em discutir a construção da identidade de gênero feminino a partir das características das homepages pessoais. Ressaltamos que a autora assim como Marshal (2005) não analisou os elementos multimodais, recursos essenciais que possibilitam a caracterização das estratégias linguístico-discursivas da homepage pessoal reveladoras do gênero feminino.

Ademais, Latham (2006) restringe a definição de linguagem, reservando-a unicamente ao âmbito verbal, sem que a linguagem multimodal seja considerada. Cabe ressaltarmos que a maioria das páginas pessoais apresenta recursos multimodais/hipertextuais (fotos, tipo, cor e tamanho das letras, desenhos estáticos e em movimento, cores e pano de fundo) que contribuem para a apresentação e a caracterização da linguagem e, por conseguinte, podem possibilitar que as marcas do gênero feminino sejam observadas a partir de seus aspectos representacionais.

Uma pesquisa brasileira a que tivemos acesso, a qual creditamos constituir-se na primeira pesquisa sobre homepage não pessoal, foi desenvolvida por Miranda (2006). Trata-se de um estudo sobre homepage, centrado na análise de três serviços nacionais de inteligência: o turco, o italiano e o australiano. A análise das páginas discute o discurso institucional dos serviços relacionados à linguagem verbal e à linguagem visual. A análise verbal focaliza a declaração de missão/lema dessas instituições; e a análise visual contempla as imagens e o leiaute das páginas como um todo. Como suporte teórico para a análise verbal, a estudiosa utilizou a Gramática Funcional de Halliday (1994). Já a análise visual se fundamentou na teoria da multimodalidade de Kress e van Leeuwen ([1996], 2006) postulada pela Gramática do Design Visual (GDV), fundamentos importantes que devem ser considerados para a análise linguística e textual do gênero homepage institucional.

Entendemos que a multimodalidade deve ser considerada no estudo da caracterização do gênero textual homepage. No entanto, ao focalizarmos a multimodalidade na perspectiva de Kress e van Leeuwen ([1996], 2006) devemos ter a ciência de que sozinha essa teoria não consegue dar conta das análises dos elementos multimodais do gênero textual digital. Precisamos, pois, compreender que, no período em que a GDV foi elaborada por seus autores, a internet não apresentava essa infinidade de recursos semióticos, que nos exigem pensar, além dos elementos multimodais, sobre os elementos hipertextuais, os quais se

configuram em uma imbricação indissociável da linguagem para a realização de propósitos comunicativos dos gêneros textuais digitais.

Destacamos também a pesquisa de Moraes (2009), que trouxe importantes contribuições para as investigações do gênero textual digital em estudo. Trata-se de um estudo bidimensional do gênero homepage de *fanfictions* na concepção sociorretórica, cujos objetivos foram: apresentar a caracterização de um *website* de *fanfictions* e o envolvimento existente entre os seus usuários; discutir o contexto situacional em que se inserem as atividades de *fanfictions* no meio digital; e verificar se o modelo bidimensional para a análise de gêneros textuais digitais de Askehave e Nielsen (2004) aplica-se à homepage de um *site* de *fanfictions*.

O *corpus* da pesquisa de Moraes (2009) originou-se de estudos etnográficos em um *website* específico de *fanfictions*, com aplicação dos critérios de comunidade discursiva de Swales (1990) e da metodologia de Bhatia (1993), tendo em vista o modelo de Askehave e Nielsen (2004). As descobertas da autora descrevem que os leitores e escritores de *Fanfic Addition* constituem uma comunidade discursiva e a autora demonstrou que tanto a metodologia de Bhatia (1993), que utilizamos em nosso trabalho, como o modelo de análise de Askehave e Nielsen (2004) foram importantes para investigar as características das homepages de *fanfictions*.

Com o objetivo de registrar como são expostas as notícias nas homepages e de compreender que mudanças estão ocorrendo no jornalismo em detrimento da influência dos novos mecanismos de mediação de audiência nas edições atualizadas das homepages, Fajkarz (2013) elaborou um estudo de caso comparativo de três *sites* noticiosos. A pesquisa permitiu em um primeiro momento, de acordo com a autora, observar e registrar a movimentação que ocorre nas decisões editoriais relacionadas às notícias para publicação na homepage. Além disso, possibilitou entender os caminhos da indústria do jornalismo na internet, unindo a necessidade dos usuários e dos veículos. Trata-se de um estudo que também se volta mais precisamente para a relação usuário/autor e usuário/leitor.

Um fato interessante a ser ressaltado, neste estudo, está atrelado à metodologia utilizada por Fajkarz (2013), cujos dados foram codificados e manipulados através do uso de um programa de computador (GetFiles.exe147). Esse programa foi criado para gravar uma cópia do arquivo HTML (código fonte) das homepages investigadas, em um intervalo de tempo definido. Nesse sentido, destacamos a importância do uso de programas de computadores para a realização

de capturas, codificação e manipulação de imagens, conforme demonstraremos em nosso estudo.

Não restam dúvidas de que os estudos aqui descritos, voltados para a análise das homepages, são de grande relevância teórica e metodológica e imprimem novas perspectivas relacionadas ao estudo dos gêneros textuais digitais, especialmente, do gênero homepage, notadamente quanto ao *status* genérico. Contudo, há muito que se investigar nesse cenário, frente aos grandes desafios e impasses teóricos e metodológicos que se impõem, especialmente, se considerarmos que não identificamos estudos mais aprofundados das características da homepage institucional.

As pesquisas aqui elencadas analisam, principalmente, homepages pessoais, exceção a pesquisa de Miranda (2006), que estuda as páginas iniciais de serviços de inteligência; e de Fajkarz (2013), que investiga homepages de portais de notícias, conforme já destacamos antecipadamente. Outra limitação dos estudos sobre esse fenômeno diz respeito aos aspectos metodológicos, pois, apesar de esses estudos contribuírem para a compreensão desse gênero, ainda não foi devidamente elaborado um percurso de análise que venha responder às necessidades de investigação das características textuais, elementos multimodais e hipertextuais, relacionadas aos propósitos comunicativos do gênero homepage, conforme apresentaremos em nossa pesquisa.

O estudo dos gêneros textuais digitais, especialmente da homepage institucional, traz consigo uma variedade muito grande de questões que carecem de esclarecimentos no âmbito da Língua, sobretudo, no que diz respeito às características textuais, recursos multimodais e elementos hipertextuais, empregados para a realização de propósitos comunicativos, assuntos que abordamos neste estudo e que não foram investigados, ainda, com a devida atenção e que se revelam essenciais para a constituição genérica.

Nesta pesquisa, procuramos focalizar as características textuais: recursos multimodais, elementos hipertextuais, que se relacionam diretamente com os propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional, por considerarmos traços essenciais na constituição desse gênero e pela necessidade de desenvolvermos um recorte, já que não teríamos tempo nem espaço para explorar todos os elementos constitutivos desse gênero.

Acreditamos, pois, atribuir um caráter significativo aos estudos realizados sobre esse gênero textual digital, pois poucas são as pesquisas sobre a caracterização desse gênero, especialmente, da homepage institucional. Além disso, ao investigarmos os recursos multimodais, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos, assumimos um compromisso que se firma na agenda dos novos e grandes desafios teóricos a serem enfrentados atualmente, na área da Linguística, especialmente, na Teoria de Análise de Gêneros.

Observamos uma relação cada vez mais integrada entre a imagem, a palavra e a funcionalidade dos variados recursos utilizados na construção dos gêneros. Ainda que haja um número significativo de pesquisas que focalizem a multimodalidade e a hipertextualidade, nas diversas áreas do conhecimento (Linguística, Educação, Sistema de Informação etc.) esse ainda é um tema que necessita de investigações, especialmente, se for considerada a relação da multimodalidade com o hipertexto no ambiente digital.

Nesta pesquisa, não só compreendemos essa relação do hipertexto com a multimodalidade, como entendemos que os *links* (elementos hipertextuais) são dispositivos multimodais, tendo em vista que, além de possibilitar a linkagem, se apresentam marcadamente por meio de diferentes recursos modais: imagens, ícones, símbolos, cor da fonte, tamanho da fonte etc. Devemos ressaltar que toda essa integração semiótica entre os elementos textuais do gênero investigado no meio digital relaciona-se diretamente à lógica organizacional do gênero para o acionamento de propósitos comunicativos.

Nesse sentido, defendemos que a homepage institucional constitui um gênero textual digital, caracterizado, especialmente, por sua funcionalidade (expressa na primeira página do *site*), por sua composição (características multimodais e hipertextuais) e por seus propósitos comunicativos (atrair o leitor e fortalecer a identidade da instituição), no ambiente digital.

Nesta tese, empregaremos o termo “homepage” em inglês sem o uso do itálico, por considerarmos que se trata de uma palavra incorporada ao vocabulário digital comum ao uso da Língua Portuguesa. Além disso, optamos pela grafia justaposta dos termos home + page = homepage. A escrita separada desses termos (home page) era utilizada no início da última década do século XX até início dos primeiros anos do século XXI, conforme podemos identificar em estudos de Komesu (2001, 2005), Marshal (2005), dentre outros.

Para a definição e a caracterização da homepage institucional, enquanto gênero textual, partimos da seguinte questão geradora do estudo: Quais as características genéricas da homepage institucional? Com base nessa questão geradora, foi possível elencarmos cinco sub-questões que puderam nortear os objetivos desta pesquisa:

- Como a percepção/visão dos usuários/leitores intuitivos e dos usuários/especialistas pode contribuir para o reconhecimento do *status* genérico da homepage institucional?
- De que maneira o metafunção composicional, no âmbito da linguagem visual: o valor informacional (dado e novo, ideal e real, centro e margem), a saliência e o enquadramento/*framing* (a moldura), se faz presente no gênero textual homepage institucional?
- Quais elementos hipertextuais (*links*) enquanto recursos semióticos se fazem presentes na constituição do gênero textual homepage institucional?
- De que maneira a lógica organizacional da homepage institucional se constrói para a realização de propósitos comunicativos?
- Como os recursos multimodais, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos relacionam-se com o leiaute/composição para a caracterização/particularização da homepage institucional?

Todas essas questões convergem para o objetivo desta pesquisa: Analisar os recursos multimodais, elementos hipertextuais e propósitos comunicativos que contribuem para a constituição do gênero textual homepage institucional.

A partir desse objetivo geral, elencamos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar de que maneira a percepção/visão dos usuários intuitivos da homepage institucional pode contribuir para o reconhecimento do *status* genérico da homepage institucional.
- Demonstrar de que maneira a metafunção composicional, no âmbito da linguagem visual: o valor informacional (dado e novo, ideal e real, centro e margem), a saliência e o enquadramento/*framing*, se faz presente no gênero textual *homepage* institucional.
- Caracterizar quais elementos hipertextuais, enquanto recursos semióticos, se fazem presentes na constituição do gênero textual homepage institucional.

- Descrever de que maneira a lógica organizacional da homepage institucional se constrói para a realização de propósitos comunicativos.
- Analisar como os recursos multimodais, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos relacionam-se com o leiaute/composição para a caracterização/particularização da homepage institucional.

Nesse sentido, as discussões que se seguirão nesta Tese encontram-se organizadas em seis capítulos, conforme descrevemos a seguir:

No Capítulo 1, *Considerações Iniciais*, situamos a pesquisa a partir da justificativa e da relevância do estudo, apresentamos o percurso bibliográfico (Estado da arte), que confirma a necessidade e a viabilidade de mais uma pesquisa sobre o gênero em questão. Explicitamos o referencial teórico com o qual analisamos os dados e expomos as questões geradoras, os objetivos e a organização retórica da Tese.

No Capítulo 2, *Concepções Teóricas dos Gêneros*, discutimos as concepções de gêneros textuais e apresentamos a perspectiva teórica que assumimos neste estudo, com ênfase nas discussões sobre as concepções de gêneros e a emergência no ambiente digital, com destaque para as várias terminologias empregadas para referir a gêneros textuais digitais. Além disso, focalizamos os gêneros no contexto da tecnologia digital e o suporte como meio de veiculação e inscrição para a compreensão do gênero textual homepage institucional.

No Capítulo 3, *Multimodalidade, Hipertexto e Propósito Comunicativo: categorias para construção do estudo*, apresentamos os pressupostos teóricos necessários à descrição e à caracterização dos recursos multimodais, elementos hipertextuais e propósitos comunicativos do gênero textual homepage. Dividido em três seções, estabelecemos uma breve descrição dos parâmetros utilizados para fundamentação das análises desta pesquisa.

No capítulo 4, *Proposta Teórico-Metodológica da Pesquisa*, traçamos e especificamos o percurso metodológico, tomando como base os pressupostos de Bhatia (2004) para a análise de gêneros. Neste capítulo, procuramos mostrar como procedemos e norteamos a pesquisa para atingir os objetivos estabelecidos para este estudo.

No capítulo 5, *A Homepage Institucional e os traços genéricos constitutivos*, apresentamos as análises sobre a caracterização do gênero textual homepage

institucional, abordarmos a lógica organizacional, descrevemos a análise da composição multimodal da homepage institucional, orientada pela Gramática do *Design Visual* (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), com ênfase no sistema de valor da informação; na saliência; e no enquadramento/*framing*; analisamos os *links* constituintes desse gênero, demonstrando quais os mais recorrentes e de que forma estão estruturados na lógica organizacional da homepage institucional; e em seguida analisamos os propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional.

Nas *Considerações Finais*, sintetizamos os resultados e as análises desta pesquisa, evidenciando os aspectos mais relevantes relacionados à caracterização do gênero textual homepage institucional. Além disso, apontamos as principais contribuições e implicações da pesquisa para o estudo dos gêneros textuais digitais, sinalizando possíveis continuidades e ampliação deste estudo.

2 CONCEPÇÕES TEÓRICAS DOS GÊNEROS

Considerando a diversidade de conceitos existentes e o fato de um mesmo termo poder referir-se a concepções diferentes a depender da área com que trabalhamos e dos pressupostos teóricos que assumimos, é fundamental abordarmos o aporte teórico e terminológico empregado nesta pesquisa. Este capítulo apresentará, então, a perspectiva teórica que assumimos sobre gêneros textuais, com ênfase nas discussões sobre as concepções de gêneros e sobre a emergência no ambiente digital.

Em seguida, ressaltaremos as definições de gêneros textuais digitais inter-relacionadas às de suporte e de ambiente digital, fenômenos considerados distintos. E, assim, focalizaremos os gêneros no contexto da tecnologia digital e o suporte como meio de veiculação e inscrição para a compreensão do gênero textual homepage institucional.

Neste capítulo, apresentaremos também uma incursão dos conceitos, definições e características das homepages, que serviram à análise de que a homepage institucional constitui um gênero textual digital que se apropria de inúmeras características textuais, especialmente, a multimodalidade e a hipertextualidade para realizar os propósitos comunicativos no ambiente digital.

2.1 Gêneros textuais: perspectivas teóricas

Nesta tese, optamos por utilizar a expressão “gêneros textuais” com o exposto reconhecimento de que não se trata apenas de uma escolha de um termo em detrimento de outro, mas de arcabouços teóricos e metodológicos capazes de dar conta das características da homepage institucional. Essa escolha, entretanto, não significa desconsiderar nem deixar de colocar também, no centro de nossas atenções, aspectos históricos, sociais, culturais e funcionais dos gêneros. Isso implica dizer que entendemos que é na situação de comunicação e interação entre os participantes que podemos, de fato, estudar e apreender o funcionamento, as características e os propósitos comunicativos dos gêneros textuais.

Convém, neste ponto, acentuarmos que os estudos dos gêneros textuais têm se destacado nos campos atuais das Ciências Sociais, Humanas e, mais profundamente, da Linguística. Nos últimos anos, as pesquisas científicas nas

diversas áreas do conhecimento têm se beneficiado consideravelmente dos estudos desenvolvidos a partir da divulgação da teoria dos gêneros do discurso de Bakhtin. E, assim, os estudos de gêneros de bases bakhtinianas vêm norteando diversos trabalhos, não se restringindo a um grupo específico de pesquisadores de uma área em particular.

Rojo (2005) atribui esse crescente interesse e essa ampla popularidade das pesquisas sobre gêneros textuais no Brasil à criação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) de Língua Portuguesa e de Línguas Estrangeiras, que, conforme a autora, ressaltam os gêneros textuais como objeto de ensino da língua. No entanto, esse interesse não pode ser atribuído exclusivamente à criação dos PCN no ano de 1997, tendo em vista que, mesmo antes, os gêneros textuais já eram objetos de estudos de muitas e grandes pesquisas científicas e acadêmicas no país.

Cabe destacarmos que atualmente as justificativas de pesquisas nessa área, entre linguistas, professores e estudiosos da comunicação se deve a diversos outros fatores. Na concepção de Karwoski, Gaydeczka e Brito (2011, p. 11), esse crescente interesse é decorrente da “maneira com que se aborda o uso da linguagem enquanto ação social e ao enfrentamento da necessidade de se mudar a perspectiva do enfoque da textualidade”.

Acrescentamos que é tributário desse interesse a relevância que o domínio dos gêneros textuais assume para a apropriação e para os usos efetivos da linguagem; além da busca pela compreensão dos elementos constituintes do texto que se integram na (re)construção dos sentidos, que são ordenados e movidos pelas práticas dos diversos meios sociais e tecnológicos.

Ressaltamos que, atualmente, os enfoques dados aos gêneros textuais e a notoriedade com a qual esse tema vem sendo tratado revelam um reconhecimento explícito da potencialidade dos gêneros textuais para uma análise integrada, não só do processo e do produto textual em si, enquanto manifestação social discursiva, conforme descreve Marcuschi (2008), como também de seu papel como expressão privilegiada de práticas sociais da linguagem com todas as suas implicações.

Esse crescente interesse impossibilita atualmente qualquer obra de tamanho razoável oferecer um panorama abrangente das publicações relacionadas aos estudos dos gêneros textuais em sua multifacetada inteireza. Nesse sentido, foge às nossas pretensões investigativas do objeto deste estudo oferecer uma ampla visão histórica e investigativa desse panorama, por entendermos que devemos nos

apropriar de forma seletiva dessas diversas e multifacetadas teorizações existentes na atualidade.

Bezerra (2006, p. 48) alerta para o fato de que

hoje mais do que nunca as diversas e multifacetadas teorizações sobre gêneros devem ser lidas e utilizadas seletivamente. Enquanto muito do que tem sido publicado na atualidade pode simplesmente não interessar, dependendo da perspectiva teórica geral em que se insere o pesquisador, por outro lado podem-se aproveitar muitas contribuições úteis oriundas de analistas diversos, mesmo quando não se possa dizer que todos eles defenderiam exatamente a mesma teoria de gêneros.

Concordamos com Bezerra (2006) e ressaltamos que essa diversidade de teorias deve ser lida com muita cautela, na tentativa de selecionar o que de fato recobrirá os nossos interesses de pesquisador, pois grande parte dessas teorizações pode arredar-se do que desejamos investigar. Com base nesse enfoque, privilegiamos para a construção teórica deste estudo as pesquisas que focalizam o gênero textual a partir de perspectivas sociais e multimodais. Assinalamos aqui nossa compreensão de gêneros textuais a partir da concepção de linguagem de Bakhtin (2011) e do entendimento de que a linguagem é eminentemente multimodal, conforme asseveram Kress e van Leeuwen (2006).

A linguagem, entendida nesta pesquisa com base nos postulados bakhtinianos, constitui-se como uma reação-resposta a algo em uma dada interação, que manifesta as relações do falante/escritor com os enunciados do outro dialógico. Trata-se, pois, de atividade responsiva dos interlocutores, instituída em um processo concreto, no qual o signo se instaura ideológico e dialogicamente. Não há, assim, qualquer movimento de apropriação de signos linguísticos em um sistema fechado, uma vez que o signo somente existe em circulação. Isso denota o sentido da linguagem enquanto ação humana, considerando que a língua não pode ser dissociada de seus falantes e de seus atos, das esferas sociais, dos valores ideológicos.

Associado, pois, a essa concepção bakhtiniana de linguagem tomamos como pertinente, com base em Kress e van Leeuwen (2006), os pressupostos da linguagem multimodal, em especial, o pressuposto de que a língua constitui um sistema semiótico que está em interação com outros sistemas que, de forma conjunta, constroem os sentidos do texto. Compreendemos, assim, que a linguagem multimodal pressupõe a expressão de significados e de escolhas em níveis que vão

desde a simples realização das unidades de significado responsáveis pela ação de escolhas até seu significado em uma dada situação ou contexto.

Nas palavras de Lima-Lopes (2012, p.34), “ao escolhermos uma determinada forma de expressão, estamos pré-selecionando os significados que podem ser por ela expressos”. E, com isso, ao mesmo tempo em que a expressão de determinado significado acontece, estamos também pré-determinando quais elementos são passíveis de utilização para sua expressão, o que insurge em diversas e múltiplas possibilidades de escolhas e de significados.

As infinitas possibilidades de uso da língua na produção de mensagens no tempo e no espaço das culturas definem os gêneros textuais, pois os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem, conforme defende Bakhtin (2011). O que indica, nas palavras do autor, que os gêneros são realidades tão presentes em nossa sociedade que os vemos como práticas naturais no desempenho de tarefas cotidianas.

Para Bakhtin (2011, p. 282), “esses gêneros nos são dados quase da mesma forma que nos é dada a língua materna”. Compreendemos, portanto, o gênero textual como algo dinâmico, incapaz de ser percebido somente através de classificações e de descrições linguísticas ou como modelos de produção de textos. Em outras palavras, os gêneros textuais são a linguagem materializada nos contextos das esferas das atividades humanas. Na prática, os sujeitos dessas esferas utilizam a língua por meio dos gêneros textuais relativamente estáveis, que refletem as condições e as finalidades de cada esfera de atividade, por meio de conteúdo, estilo e construção composicional.

Schneuwly (2004) apresenta alguns critérios que podem nortear o entendimento do que seja um gênero a partir de Bakhtin (1992): tipos relativamente estáveis de enunciados, produzidos em cada esfera de troca na sociedade; os gêneros são caracterizados por conteúdo temático, estilo e construção composicional; e são escolhidos conforme a situação, necessidade temática, conjunto de participantes, destinatário e a vontade enunciativa do locutor.

Cabe ressaltarmos que o conteúdo temático, pautado na noção de tema proposta por Bakhtin (2011), refere-se a uma característica dos gêneros textuais de acordo com o contexto de produção. Rodrigues (2005) destaca que todo gênero tem um conteúdo temático determinado, caracterizado pelo seu objeto discursivo e finalidade discursiva, sua orientação de sentido específica para com ele e os outros

participantes da interação. Fiorin (2008, p. 62), por sua vez, afirma que o conteúdo temático corresponde ao “domínio de sentido de que se ocupa o gênero”, isto é, o tema geral que sempre estará presente em todo e qualquer gênero.

O estilo corresponde aos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais utilizados pelo enunciador. Para Fiorin (2008, p. 62), trata-se de “uma seleção de certos meios lexicais, fraseológicos e gramaticais em função da imagem do interlocutor e de como se presume sua compreensão responsiva ativa do enunciado”. O estilo, que organiza os discursos do outro e os elementos da língua, não nega o caráter individual do autor, porém, nunca deixa de ser visto como um fenômeno social, uma vez que está relacionado com os enunciados alheios. Todo enunciado, por ser individual, pode absorver um estilo particular, mas nem todos os gêneros são capazes de absorvê-lo da mesma forma (RODRIGUES, 2005).

Partindo dessa concepção, importa considerar que, segundo Bakhtin (2011), o enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas, não só por seu conteúdo temático e por seu estilo verbal – recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais – mas também, sobretudo, por sua construção composicional. E assim, a composição refere-se à estruturação e ao aspecto formal do gênero textual.

Segundo Rojo (2005), fazem parte da construção composicional os elementos das estruturas comunicativas e semióticas compartilhadas pelos gêneros textuais. Trata-se, pois, de padrões de estrutura composicional, modos típicos de organização textual que compõem os gêneros textuais, respondendo pela organização, pela estruturação. Assim, a forma composicional colabora não só para o reconhecimento do gênero textual, mas também, segundo Bakhtin (2011), para a assimilação das condições e da finalidade de cada campo da atividade humana.

A despeito da importância da construção composicional para a identificação de um gênero, este não pode ser compreendido exclusivamente por suas características formais, pois se constitui, primeiramente, em uma situação social de interação, o que nos exige compreendê-lo a partir da “natureza social” e do “meio social”. Em outros termos, precisamos saber quem são os interlocutores, em que situação real se encontram, a que classe pertencem, qual papel ocupam na sociedade, em que época histórica ocorreu, pois cada época e cada grupo social têm seu repertório de formas de discurso na comunicação sócio-ideológica (BAKHTIN, 2011).

Como destacamos, a perspectiva bakhtiniana, quanto à noção de gênero textual, considera fundamentos nucleares como a concepção sócio-histórica e ideológica da linguagem, o caráter sócio-histórico, ideológico e semiótico da consciência e a realidade dialógica da linguagem e da consciência. Isso significa que, em uma dada situação linguística, o interlocutor produz uma estrutura comunicativa configurada em formas-padrão relativamente estáveis de um enunciado, tendo em vista que são marcadas a partir de contextos sociais e históricos e estão sujeitas a alterações em sua estrutura. Dependendo do contexto de produção e daqueles que as produzem, atribui-se sentido a determinado discurso, conforme aborda Bakhtin (2011). Logo, as formas dos gêneros são muitas e variadas.

Nesse aspecto, os gêneros textuais se constroem fundamentalmente a partir das atividades humanas e sociais, pois os gêneros textuais são circunscritos a partir de fenômenos sociais de interação materializados. Em outras palavras, os gêneros textuais são caracterizados pelas necessidades enunciativas do usuário. Mas, convém esclarecer, seguindo o que afirma Araújo (2003, p. 20), “não deverá ser entendido como uma fórmula matemática que se encaixa, perfeitamente, em situações específicas do uso da linguagem, mas como resultado de uma ação social”.

Devemos compreender, pois, que os gêneros textuais têm uma identidade e são entidades poderosas que, na produção textual, nos condicionam a escolhas que não podem ser totalmente livres nem aleatórias, seja sob o ponto de vista do léxico, do grau de formalidade ou da natureza dos temas. Qualquer enunciado, considerado isoladamente, é individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, o que denominamos, de acordo com Bakhtin (2011), de gêneros do discurso ou de gêneros textuais.

Interessa-nos, sobremaneira, para fundamentação e análise das características do gênero textual homepage institucional, a ideia de que os gêneros textuais são tipos relativamente estáveis de enunciados, utilizados na comunicação, que se expressam de diversos modos de linguagem. Compartilhamos aqui do entendimento de modos de linguagem (ou semioses) conforme postulados de Kress (2010), para quem os modos poderiam ser definidos como o resultado de um processo histórico que levou à utilização de determinados recursos materiais por uma sociedade em um processo de representação e criação de significados.

De acordo com Marcuschi (2005), é impossível se comunicar sem ser por algum gênero textual situado em algum domínio discursivo, cujo objetivo é funcionar como enquadre global da superordenação comunicativa, subordinando práticas sócio-discursivas orais e escritas que resultam nos gêneros que circulam nesses domínios. Os gêneros

devem ser vistos na relação com as práticas sociais, os aspectos cognitivos, os interesses, as relações de poder, as tecnologias, as atividades discursivas e no interior da cultura. Eles mudam, fundem-se, misturam-se para manter sua identidade funcional com inovação organizacional (MARCUSCHI, 2011, p. 19).

Os gêneros textuais são realizações linguísticas concretas, definidas por propriedades sociocomunicativas, considerados fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. Além disso, contribuem para ordenar e estabilizar as atividades do dia a dia. Marcuschi (2005, p. 20), nessa perspectiva, assinala que o texto é o próprio lugar da interação e que as “nossas manifestações verbais mediante a língua se dão como textos e não como elementos linguísticos isolados. Esses textos são enunciados no plano das ações sociais situadas e históricas”.

Acrescentamos, baseados em Marcuschi (2003), que os gêneros textuais não são instrumentos estanques e enrijecedores de ação criativa, embora apresentem alto poder preditivo e interpretativo das ações humanas em qualquer contexto discursivo. Antes, revelam-se altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Sua natureza é flexível e variável assim como a linguagem. Dessa forma, do mesmo modo que a língua varia, os gêneros textuais também variam, ajustam-se, (re)constróem-se e multiplicam-se. Em decorrência disso, a classificação formal e estrutural foi deixada de lado em favor da valorização do aspecto dinâmico, social, cognitivo, interativo e processual dos gêneros.

Seguindo essa tendência, esta tese adota o conceito de gêneros textuais formulado por Marcuschi (2002, p. 19). Segundo o autor,

os gêneros textuais são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. Fruto de trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia a dia. São entidades sócio-discursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa. [...] Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos.

Assumimos, portanto, para esta tese, o pressuposto de que os gêneros textuais não devem ser considerados como arquétipos estanques nem como estruturas cristalizadas. Do contrário, os gêneros são modos de ação social presentes de forma particular na linguagem e que se portam como entidades dinâmicas e poderosas que cerceiam as nossas escolhas, que não podem ser completamente livres e muito menos aleatórias.

Nesse sentido, o gênero textual nesta pesquisa é uma ação social de linguagem, que se manifesta por meio dos diversos modos de expressão e são orientados de forma a realizar objetivos, propósitos. E, assim, torna-se necessário considerarmos que a dimensão genérica está também diretamente relacionada ao surgimento de novas motivações sociais, bem como ao aparecimento de novas circunstâncias de comunicação ou de novos meios de comunicação. A dimensão genérica está vinculada ao surgimento e à disseminação de meios tecnológicos, como o computador ligado à internet, que possibilita e até impõe aos leitores/escritores e ouvintes/falantes da língua a criação de novos modos de expressão.

A tecnologia projeta estratégias de textualização, gera um novo gênero textual e subverte, até certo ponto, cânones bem estabelecidos no processo de construção textual (MARCUSCHI, 2008). Ao considerarmos os gêneros como modos particulares, tanto de produção como de consumo social, e ao observarmos que a sociedade sempre está sujeita às modificações sócio-históricas, podemos afirmar que os gêneros também sofrerão influência dessas transformações.

Partindo desse pressuposto geral, relacionado à concepção dos gêneros textuais, lembramos que a nomeação e a definição dos gêneros textuais não são tarefas idiossincráticas, individuais. Todavia, são construções muito complexas, de caráter histórico e social, tendo em vista que é difícil determinar o nome de cada texto ou exemplar textual empiricamente realizado na sociedade ou defini-lo como tal a partir de suas características próprias. E, embora muitos teóricos tenham se aventurado a desempenhar a missão de estabelecer definições, o conhecimento está sempre em construção. E mais: quando falamos dos gêneros que se originam e circulam na internet, esse conhecimento é ainda mais complexo, conforme veremos no tópico seguinte.

2.2 Gêneros textuais digitais

A junção, a sobreposição e a aglomeração de gêneros textuais invadem e permeiam as práticas sociais dos indivíduos nas ruas, bares, restaurantes, lares, enfim, na sociedade em geral. Em meio a essa diversidade, destacamos os gêneros textuais digitais apresentados na/pela internet, os quais também denominados de gêneros virtuais, gêneros emergentes, gêneros eletrônicos, gêneros da *web*, *cibergêneros* e hipertextos.

Essa vasta gama de terminologias empregadas muitas vezes de forma indistinta, para designar os mesmos gêneros textuais, pode assumir uma perspectiva apenas sinonímica, porém, pode designar concepções teóricas que os estudiosos assumem diante de um fenômeno investigado. Charaudeau (2012, p. 15) ressalta que

cada vez que as palavras ficam na moda, passam a funcionar como emblema, criando a ilusão de que têm um grande poder explicativo, quando na verdade, o que domina muitas vezes é a confusão, isto é, a ausência de discriminação dos fenômenos, a falta de distinção entre os termos empregados, o déficit na explicação.

Refletimos, pois, sobre alguns conceitos, para não cairmos numa verdadeira “panaceia terminológica”, e optamos, nesta pesquisa, pelo uso da expressão “gênero textual digital”, por entendermos que se trata de gêneros textuais que são produzidos na e pela internet. A escolha pelo determinante “digital” se deve ao fato de compreendermos que a palavra “digital” está associada diretamente ao computador, à internet. Essa associação, conforme comenta Pereira (2011, p. 16), “é racional e verdadeira porque os computadores, em sua essência, trabalham as informações em forma de dígitos (números)”. Isso significa, numa concepção mais ampla, um modo de processar, transferir ou guardar informações, textos. É tradução/transformação de dígitos em textos, através da máquina.

A terminologia gênero virtual empregada por Souza (2010), por exemplo, traduz a ideia de que o *software* constitui o suporte de um gênero textual. Para o autor, o suporte não só determina, mas também condiciona as marcas estilísticas, a constituição, o formato, o caráter estático ou dinâmico dos gêneros virtuais. Contudo, muitos têm sido os esforços dos estudiosos das diversas áreas do conhecimento na tentativa de responder ao questionamento “o que é o virtual?”. Lévy (1998) defende que o virtual é um “lugar” nunca totalizável, ou seja, constitui aquilo que possui

existência definida sem estar materialmente presente, o que acarreta uma série de outras problematizações filosóficas, como estabelecer ou não distinções entre o virtual e o real, o virtual e o material.

As terminologias “gêneros emergentes” e “gêneros eletrônicos” são empregadas indistintamente por Marcuschi (2005a) para referir aos gêneros textuais que circulam na/pela internet. O uso da expressão “gêneros emergentes” é motivado pelo pressuposto de que são gêneros novos, que surgem a todo instante na mídia eletrônica com aparato das novas tecnologias. É como se esses gêneros fossem pensados e desenvolvidos especificamente para o novo meio, a internet.

Entretanto, é importante considerarmos que, embora atualmente todos os dias surjam novas formas de interação na rede mundial de computadores, por meio dos mais diversos gêneros textuais, hoje, muitos estudos discutem se há de fato essa emergência de novos gêneros sem relações com os gêneros impressos e se a internet de fato inaugurou uma nova forma de enunciação (ARAÚJO, 2013). Além disso, já se passaram mais de cinquenta anos de existência da internet² e mais de vinte anos da criação da rede *World Wide Web* ou, simplesmente, *Web*, conjunto de todas as redes de computadores interligados. Cabe também comentarmos que a internet não é o único espaço em que surgem, “emergem”, novos gêneros³, embora seja o mais comum.

Devemos destacar também que em relação ao determinante “eletrônico” para referir-se ao gênero textual, observamos que Marcuschi (2005a) se apropria também de cunhagens como “mídia eletrônica”, “cultura eletrônica”, “comunicação eletrônica”, “discurso eletrônico”, “escrita eletrônica”. O uso do caracterizador “eletrônico” resvala-se no enfoque dado aos recursos e às ferramentas das novas tecnologias, especialmente na área digital. Sabemos que o gênero textual digital não é caracterizado apenas pelas ferramentas eletrônicas. E mais: quando empregamos

²De acordo com Araújo (2003, p. 45), “a Internet nasceu em 1969 nos Estados Unidos para interligar, originariamente, laboratórios de pesquisas. Nesta época, era conhecida por ARPAnet10”. Esse termo, de acordo com o autor, é resultado da ampliação da tecnologia da ARPAnet ao conectar, além dos laboratórios, as universidades americanas e, posteriormente, instituições do mundo inteiro.

³Exemplo disso é o *stand-up comedy*, apresentação humorística em que o comediante escreve o seu próprio texto ou roteiro da apresentação baseado em fatos cotidianos, fazendo com que o público se identifique facilmente, que ora pode ser confundido com o contador de piadas, o monólogo de humor, gêneros semelhantes, mas que permite outras abordagens como interpretação de personagens, músicas, cenas, caricaturas, etc. que nos anos 1990 adquiriu nova forma agregando o teatro e a televisão. Com origens em variadas tradições do entretenimento popular americano do final do século XIX, foi a partir do ano 2000 que, no Brasil, esse gênero adquiriu esse novo formato e vem se propagando entre os artistas, atores e atrizes brasileiros.

a palavra “eletrônica”, não necessariamente a relacionamos à internet e às tecnologias da informação, pois, de acordo com o Dicionário Aulete Digital, a palavra “eletrônica” significa

a parte da Física que estuda os elétrons (cargas elétricas negativas do átomo), suas propriedades e comportamentos, tanto nos fenômenos elétricos quanto nas reações químicas. A eletrônica é também a parte da engenharia que se utiliza dessas propriedades e comportamentos para criar dispositivos (alguns de alta complexidade) na transformação de energia elétrica em energia acústica e/ou visual, e vice-versa (através dos circuitos eletrônicos e de componentes como transistores, circuitos integrados, válvulas etc.), fundamentos da alta tecnologia que caracteriza sistemas de informação, telecomunicações e informática.

Constatamos, por exemplo, o uso corrente do determinante “eletrônico” na área automobilística, em itens como injeção eletrônica, ignição eletrônica, antena eletrônica, dentre outros. Isso demonstra que se trata de um termo que necessariamente não está relacionado à internet e às tecnologias da informação, conforme já afirmamos. Araújo (2003) mostra alguns exemplos baseados em Xavier (2002), que considera capazes de ilustrar um movimento social muito intenso no ambiente eletrônico: a utilização de caixas eletrônicas; a manipulação da TV, do vídeo e do DVD pelo controle remoto; o uso do telefone celular; até o exemplo mais prototípico de prática social perpassada pela cultura eletrônica, que é o acesso à internet.

O termo “*cibergênero*”, do inglês *cybergenre*, cunhado pelas pesquisadoras Yates e Orlikoyski (1992), também não abarca o sentido que deve ser atribuído a esses gêneros. Shepherd e Watters (1999) afirmam que os *cibergêneros* resultam do computador e da Internet. O que difere os *cibergêneros* dos gêneros é o fato de estes serem caracterizados pela forma e pelo conteúdo, enquanto àqueles acrescenta-se a funcionalidade, que passam a resultar em gêneros originais, divididos em emergentes e espontâneos.

Mas, antes de questionarmos qual terminologia seria empregada para referirmos aos gêneros que não são exclusivamente do computador e da internet, mas constitui um amplo universo digital e se fazem presentes em celulares, como agendas celulares, mensagens de celulares; nas urnas eletrônicas, com o voto eletrônico, dentre outros; ressaltamos as críticas de Lima-Neto (2009) a Shepherd e Watters (1999):

A problemática da proposta dos autores começa pelo conceito de gênero adotado por eles, o que, como se verifica, é extremamente redutor. Para eles, o gênero é reduzido a apenas duas características – conteúdo e forma –, menosprezando traços básicos, como propósito comunicativo e todo o entorno sociocomunicativo. A funcionalidade, característica apenas dos *cybergêneros*, é atribuída em sua totalidade às novas mídias e não ao próprio gênero, descaracterizando a autonomia do gênero (LIMA-NETO, 2009, p. 62).

Nesse sentido, justificamos a nossa opção pela terminologia “gêneros textuais digitais” para fazer referência aos gêneros do ambiente digital, tecnológico, relacionado à internet. Tal escolha também se deve ao fato de que os gêneros textuais digitais são práticas, ações, processadas através de dispositivos, ferramentas, disponíveis na rede mundial de computadores que possibilitam a criação de formas sociais e comunicativas inovadoras que se originam no intenso uso dessas novas tecnologias.

Não defendemos aqui uma nova forma de enunciação, mas precisamos destacar os muitos recursos semióticos presentes no ambiente digital: *links*, cores, imagens, *banners*, vídeos, sons. E são as muitas associações desses recursos, no ambiente digital, que viabilizam a dinamicidade, a velocidade e contribuem para que os gêneros textuais adquiram a característica de digitais.

Com a popularização da internet, por meio da própria *web*, observamos a intensificação cada vez maior de publicação e de criação de gêneros textuais no meio digital. A leitura e a escrita dos gêneros textuais mediados pela *web* vêm adquirindo diversos espaços nas práticas educacionais, nas áreas profissionais e nas atividades de lazer. Em relação à popularização da internet e a esses diversos gêneros textuais digitais, como *e-mail*, *orkut*, *blog*, *chat*, *facebook*, *twitter*, homepage, muitos dos estudos e das preocupações teóricas na área da educação e, especialmente, da linguística, reservaram-se aos impactos que esses gêneros textuais causariam na vida do indivíduo. Em geral, nessas pesquisas, destacam-se a linguagem e a listagem, bem como a interação social por meio desses gêneros.

Esses vários gêneros textuais digitais surgem para satisfazer a novas exigências e preencher novas funções. Bakhtin (2011, p. 279) comenta que:

a riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai se desenvolvendo e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa.

Notoriamente, essa ampliação das esferas de comunicação deve-se também às novas tecnologias, que propiciaram a constituição de novas formas discursivas a partir de grandes suportes de comunicação, como o rádio, a televisão, os jornais, as revistas, o computador e a internet. Esses meios, de acordo com Bakhtin (2011), criam novos gêneros que, apesar de novos, não são inovações totais, pois há assimilação de um gênero por outro, remodelado.

Contudo, não é nossa pretensão adentrar nessa seara, pois, como bem asseveram Araújo e Biasi-Rodrigues (2005, p. 13),

para além de submetê-los [os gêneros textuais digitais] a uma taxionomia ou reduzir as reflexões à discussão se são gêneros novos ou velhos em um suporte ou, ainda, se são transmutações de outros que lhes preexistiam, os estudiosos precisam atentar para as funções sociais dos gêneros digitais que parecem inesgotáveis.

Em relação às funções sociais dos gêneros textuais digitais, não restam dúvidas de que há um caminho longo a percorrer, que traz consigo inúmeras questões de estudos que precisam e merecem ser investigadas. Mas importa, nesta tese, conhecermos e analisarmos o processo de caracterização e constituição desses gêneros, como é o caso da homepage institucional. Nossas preocupações também se estendem para além do impacto da escrita e da listagem dos gêneros textuais digitais, que já foram consideradas por Marcuschi (2005) como um dos aspectos essenciais da mídia digital.

Em relação ao processo de constituição desses gêneros textuais digitais, entendemos que a emergência desses novos padrões de textos, com características comuns, também está diretamente vinculada ao surgimento de novas motivações sociais, bem como ao aparecimento de novas circunstâncias de comunicação ou de novos meios de comunicação. De fato, tanto o surgimento como a disseminação dos meios tecnológicos, são acontecimentos que possibilitam e mesmo impõem aos usuários da língua a criação de novas práticas discursivas, consolidadas por meio dos mais diversos gêneros.

Assim, é importante trazermos definições de gêneros textuais inter-relacionadas ao de suporte digital, focalizando os gêneros no contexto da tecnologia digital e entendendo o suporte como meio de veiculação e inscrição desse gênero. A história revela que, desde o surgimento das primeiras inscrições rupestres nas paredes das cavernas, passando pelo surgimento da escrita cuneiforme, da escrita egípcia hieroglífica, dos manuscritos, dos textos impressos de Gutemberg, até

chegarmos à sociedade digital de hoje, o homem se expressou através dos textos em suportes.

Araújo (2006) considera inegável o fato de que a escrita é uma tecnologia que tem necessidade de um suporte com o qual estabelece a relação de perfeita simbiose. Acrescentaríamos que, por força dessa “perfeita simbiose”, nem sempre é possível termos claro o que de fato representa e o que constitui verdadeiramente o suporte, uma vez que os suportes são condições de possibilidade de se tornar os gêneros materializados, de segmentá-los, de inseri-los em novos contextos, de permitir-nos manipulá-los e de engendrarmos novas formas de contato com eles.

Quanto a isso, esclarecemos que não adentraremos na área de Engenharia de *Software*, estabelecendo uma discussão sobre como um *software* é fabricado. Nem seguimos a perspectiva de Souza (2010), que em suas pesquisas sobre a questão do *Software* como suporte, lugar de inscrição da escrita em ambiente digital, procura compreender e descrever como os processos sequenciais que formam um *software* o tornam um suporte. Não interessa a esta pesquisa tal direcionamento sobre o suporte dos gêneros na internet, primeiro porque demandaria estudos e conhecimentos na área de Desenvolvimento e Engenharia de Softwares; e segundo, porque aqui nos importa analisar os recursos composicionais no que diz respeito à multimodalidade, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional.

Não obstante, destacamos que estudos e discussões sobre a relação gênero digital e suporte têm suscitado diversas reflexões e grandes questionamentos, originando com exclusividade, muitas vezes, em pesquisas de Mestrado e/ou Doutorado. A tentativa de compreender e estabelecer distinções entre gênero textual e suporte de textos, originou estudos como os de Marcuschi (2003), Maingueneau (2005), Távora (2012), Souza (2010) e Bonini (2011), para citar alguns autores centrados na problemática da definição de gêneros textuais e de suporte.

O estudo de Marcuschi (2003) sobre a questão do suporte nos gêneros traz grandes contribuições seminais sobre o tema, embora seja considerado “um trabalho duplamente provisório” e tenha circulado em uma versão preliminar em maio de 2003, conforme Costa (2008, p. 184). O estudioso parte da tese central de que “todo gênero tem um suporte”, mas a distinção entre ambos nem sempre é simples e a identificação do suporte exige cuidado”. Além disso, Marcuschi (2003, p. 1) afirma

que o suporte é “imprescindível para que o gênero circule na sociedade e deve ter alguma influência na natureza do gênero suportado”.

Quando se trata de suportes digitais como a *internet* e outros recursos tecnológicos, há uma efervescência teórica ainda maior, uma vez que se considerar a evolução na área tecnológica e digital, que passa por constantes mudanças, devido ao seu grande alcance e disseminação entre as pessoas. Para Marcuschi (2003, p. 11), a noção de suporte está relacionada com a ideia de um “portador do texto”, entendido como “um *locus* físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto”.

Contudo, essa definição suscita uma série de postulações e reflexões, já que ela se aplica preferencialmente aos suportes de gêneros da escrita convencional, tornando-se problemática no caso de gêneros da oralidade ou gêneros textuais digitais. Importa enfatizarmos que, como bem destaca o autor, essa complexa relação entre os gêneros textuais e seus suportes não pode ser minimizada nem concebida de forma hierarquizante.

Em relação a esse princípio, acreditamos que analisar um gênero digital ultrapassa muitos dos desafios já impostos pelos estudos de gêneros textuais, uma vez que há a necessidade de definirmos, o que são gêneros e o que são suportes na *web*, ainda que muitas vezes o objetivo da pesquisa não se caracterize exatamente na definição do suporte de um determinado gênero textual digital.

Ao abordar a problemática dos gêneros textuais digitais, Marchusci (2003, p. 21) afirma que, embora os gêneros textuais digitais não se caracterizem nem se definam expressamente por aspectos formais, devemos considerar que “em muitos casos são as formas que determinam o gênero e, em outros tantos, serão as funções. Contudo, haverá casos em que será o próprio suporte ou o ambiente em que os textos aparecem que determinam o gênero presente”.

No entanto, para Marcuschi (2003), a definição de suporte exige cuidado. À medida que se procura delimitar e definir os suportes de gêneros textuais, discutimos, também, que nível de influência os suportes exercem para a seleção de gêneros e sua forma de apresentação. Por outro lado, para o autor, pensarmos na questão do suporte é refletir acerca da circulação textual em nossa sociedade.

Nessa perspectiva, compreendemos que o suporte exerce um papel relevante, podendo variar desde o ponto de vista propriamente linguístico, em que “os suportes participam da construção do sentido das mensagens escritas” até o

aspecto sociocognitivo, no qual “a diversidade dos suportes corresponde aos usos complementares e simultâneos”, seja no espaço da internet, seja em espaços físicos (BEZERRA, 2011, p. 80).

Contudo, não nos importa aqui nesta pesquisa de ordem linguística e, mais especificamente, de análise do gênero, envolver e focar conhecimentos que fogem aos objetivos desta pesquisa. Sendo assim, para uma maior compreensão dos direcionamentos dados às análises empreendidas do gênero textual homepage institucional, discutiremos a seguir, de forma empírica, algumas de suas características.

2.3 O Gênero textual homepage institucional

Trata-se de um dos gêneros que surgiu espontaneamente no ambiente digital. Dillon e Gushorowski (2000, p. 02) sugerem que a *homepage* evoluiu para uma forma padrão que pode ser considerada o primeiro gênero verdadeiramente digital. Para os autores, “a homepage evoluiu rapidamente para uma forma que atenda a muitos dos critérios de gênero”. As formas verbais e não verbais de ação social, as funções comunicativas e os padrões de tipificação, relativamente estáveis, situados em um contexto social específico (o contexto digital), são características que fazem com que as homepages possam ser consideradas gêneros textuais digitais.

Os traços que constituem as homepages institucionais histórica e socialmente vêm sendo apreendidos gradualmente, em geral, através de um processo de familiarização possibilitada pelas situações de uso e de interação com esse gênero. Esse processo de apreensão dos traços caracterizadores e definidores do gênero é produto da recorrência das semelhanças encontradas e da familiarização com esse gênero.

A recorrência de determinadas formas composicionais em um gênero faz com que ele passe a ser reconhecido pela sociedade e exerça suas funções nas diversas práticas sociais dos indivíduos. As homepages institucionais cada vez mais passam a se utilizar dessas características que convergem para uma padronização. Esse é um importante atributo que faz com que as homepages institucionais possam ser reconhecidas em seus propósitos.

Shepherd e Watters (1999) caracterizam o gênero textual homepage pela tríade – conteúdo, forma e funcionalidade. O conteúdo refere-se aos temas e tópicos

abordados; a forma constitui as características estruturais e linguísticas; e a funcionalidade consiste nos recursos disponíveis pelo meio, ou seja, o conjunto de possibilidades interativas possibilitadas pelo meio digital.

Essa proposta apresentada por Shepherd e Watters (1999) leva a uma grande dificuldade de caracterização. Embora válida para aquele momento da *web*, quando o uso da internet ainda estava se popularizando no mundo, atualmente se torna difícil de ser aplicada, pois, de acordo com Lima-Neto (2009), “amarrar os gêneros da mídia digital a características formais e conteudistas é um risco desnecessário”, devido à volatilidade da própria *web*. Acrescentaríamos às palavras de Lima-Neto (2009) que essa caracterização é também um tanto problemática, por deixar de considerar que os gêneros realizam propósitos comunicativos. Sendo, portanto, a homepage um gênero, é importante que a caracterizemos e a reconheçamos também com base em seus propósitos comunicativos.

Araújo (2003), apoiando-se em Shepherd e Watters (1999), parte desse pressuposto de que a homepage é um gênero textual digital e faz um estudo descritivo dos elementos que caracterizam as homepages corporativas/institucionais. O autor sugere que na caracterização do gênero textual homepage sejam acrescentados os atributos de interatividade e usabilidade, uma vez que, para o autor, esses aspectos são específicos do gênero textual digital. Reconhecemos a contribuição de Araújo (2003) ao ampliar os traços caracterizadores do gênero em relação à proposta de Shepherd e Watters (1999). A interatividade de fato é importante, mas não é possível particularizarmos as homepages em detrimento de todos os outros gêneros com base nesses dois princípios: interatividade e usabilidade, já que esses traços são marcas de gêneros textuais digitais em geral.

Primo (2004) defende a interação como uma ação entre os participantes, de forma que o agir de um possa afetar a resposta do outro. E afirma que a interação não deve ser interpretada como uma característica do meio, mas como um processo entre participantes. Nesse sentido, escrita e leitura fatalmente constituem um processo interativo, sejam elas realizadas no meio digital ou impresso.

O último atributo, “usabilidade”, é explicado pelo Araújo (2003) como a facilidade de uso e a aceitabilidade de um produto para um determinado grupo de usuários que realizam determinadas tarefas em um contexto específico. Definição similar é proposta por Krug (2001), que cunhou o termo navegabilidade com o mesmo significado, ou seja, facilidade de uso. Esse atributo, associado ao meio

digital, também não é um traço específico do gênero homepage, embora possa demonstrar comportamentos recorrentes dos leitores/usuários desse gênero, bem como possa denotar preocupações de seus usuários/produtores.

Em relação à produção desse gênero, constatamos manuais diversos com lições e normas para a melhor elaboração de homepages. Destacamos que esses manuais têm se intensificado com o surgimento dos diversos recursos semióticos na internet. Trata-se de teses de usabilidade que avaliam sites e homepages de várias empresas na busca de uma maior forma de elaboração das páginas e com o intuito de imprimir maior e melhor acesso.

Há dez anos a *web* era algo diferente para as pessoas. Hoje ela é uma rotina, é uma ferramenta. Se for de fácil acesso, elas a utilizarão, do contrário, não. Com dez vezes mais sites e provavelmente centenas de páginas na *web*, os usuários estão menos tolerantes a sites complexos. [...] Nunca a usabilidade foi tão importante (NIELSEN; LORANGER, 2007).

Na busca por esse ideal de facilitação do acesso, observamos que cada vez mais é instaurado um padrão, uma forma, especialmente, em relação à homepage, por se tratar da “porta de entrada” do site e, por conseguinte ter uma função diferenciada das outras páginas do site. Com o intuito de caracterizar o gênero textual homepage, Askehave e Nielsen (2004) desenvolveram um estudo da homepage de um *website* corporativo de uma companhia industrial europeia utilizado para comunicar-se com investidores, clientes, imprensa, agentes, políticos locais, etc. Os estudiosos a descreveram como gênero bidimensional, em que devem ser considerados o modo de leitura e o modo de navegação na caracterização desse gênero.

Cabe destacarmos que as homepages podem ser classificadas em homepages pessoais, homepages comerciais, homepages corporativas ou institucionais, como as que analisamos nesta pesquisa, dentre outras. Essa classificação ocorre devido ao fato de que, apesar de compartilharem elementos formais, apresentam-se em frequências significativamente distintas, com propósitos comunicativos distintos e provavelmente evoluem de forma também distinta. Nesse sentido, optamos por estabelecer distinções entre três dessas principais homepages: a pessoal, a comercial e a institucional.

A homepage pessoal constitui um gênero que contém informações personalizadas que são autosseleccionadas e mantidas por seus

usuários/produtores. Essas informações estão relacionadas a uma pessoa em particular, de acordo com Dillon e Gushrowski (2000). As páginas trazem uma lista de elementos (características) frequentes que têm evoluído rapidamente a uma forma padrão. Essas características em comum são esperadas pelos usuários e estão atreladas à presença de elementos recorrentes, que vão desde título e endereço de e-mail a mensagens de boas-vindas. Após examinarem mais de 100 homepages pessoais, Dillon e Gushrowski (2000) constataram que os objetivos, propósitos, de tais homepages não seriam vender produtos ou serviços e cujas informações eram identificadas ao usuário produtor. Desse modo, entendemos que esse gênero pode estar relacionado mais comumente a uma base autobiográfica, em que se expõe a vida particular, a família, a formação e, especialmente, interesses pessoais e profissionais de seus autores.

A homepage comercial é um gênero textual digital, cujo principal objetivo é a venda de produtos ou serviços. É marcadamente acentuada pela relação de comércio, com a oferta dos mais diversos produtos. O ramo de comércio pela internet tem crescido muito nos últimos anos, pela comodidade que o cliente possui na efetivação da compra. Cada vez mais as homepages comerciais inovam quanto às intencionalidades e possibilidades de venda e compra de produtos.

Já a homepage institucional ou corporativa é um gênero textual digital caracterizado como a porta de entrada de um *site* de uma empresa ou instituição, com a apresentação de dados sobre a empresa para fins de divulgação de serviços, sem fins comerciais. Trata-se de um gênero de múltiplos propósitos, usado para construir a identidade e a imagem da instituição e/ou empresa, dando informações selecionadas sobre a instituição/empresa para convencer os potenciais leitores a usar os seus serviços.

Atualmente existem homepages que oscilam nas suas caracterizações. Cada vez mais fica difícil definirmos as homepages de instituições como bancos, escolas e/ou faculdades privadas, já que essas procuram se firmar como prestadoras de serviços à comunidade, ao tempo em que revelam, de forma cada vez mais “escancarada”, a preocupação com a compra/venda dos serviços que oferecem.

Ressaltamos, porém, que as semelhanças existentes entre os tipos de homepages são muito maiores do que as diferenças, que, em geral, são marcadas, especialmente, pelos propósitos comunicativos. Por isso, julgamos importante esse aspecto na caracterização do gênero homepage institucional. Sendo assim,

compreendemos que a *homepage* institucional não pode ser descrita apenas como um suporte dos diversos gêneros textuais.

Embora muitos dos gêneros presentes na primeira página de um *site* tenham uma existência autônoma fora da rede (artigos científicos, notícias, entrevistas, anúncios) e possam ser veiculados de forma impressa ou digital, a *homepage* acrescenta a esses textos propriedades singulares em termos de produção, função e recepção, pelo modo como as apresentam ao leitor. São esses aspectos que procuramos focar nesta pesquisa, com o objetivo de analisar a maneira como as características textuais – recursos multimodais, elementos hipertextuais e propósitos comunicativos – contribuem para a constituição do gênero textual *homepage* institucional, mais precisamente *homepages* institucionais de universidades federais brasileiras.

3 MULTIMODALIDADE, HIPERTEXTO E PROPÓSITOS COMUNICATIVOS: CATEGORIAS PARA CONSTRUÇÃO DO ESTUDO

Neste capítulo, apresentaremos, em três seções, os pressupostos teóricos necessários à descrição e à caracterização dos recursos multimodais, dos elementos hipertextuais e dos propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional.

Na primeira parte, faremos uma discussão a respeito das atuais abordagens multimodais, com enfoque na Sociossemiótica Multimodal, para, então, descrevermos os parâmetros utilizados pela Gramática do *Design Visual*, os aspectos da evolução do *design* visual digital nas homepages e a metafunção composicional.

Na segunda parte, abordaremos a definição e a origem do hipertexto digital, com ênfase nos pressupostos adotados pelos estudiosos do assunto e nos critérios de classificação dos *links* elaborada a partir da proposta de Hissa (2009) para a análise dos elementos hipertextuais presentes no gênero textual digital investigado.

Na terceira e última parte deste capítulo, discutiremos a definição de propósitos comunicativos, pautada na ideia de que os gêneros textuais realizam propósitos gerais e propósitos específicos, embora nem sempre de fácil identificação, conforme discutiremos.

3.1 Multimodalidade: das diferentes abordagens à Gramática do *Design Visual*

A fala e a escrita não são sistemas únicos de comunicação. Vivemos em um mundo repleto de imagens, fotografias, elementos gráficos, elementos sonoros, gestos, etc. que juntos se somam para construir as diversas formas de expressão e comunicação humana. As relações entre a linguagem verbal (oral e escrita) e a não verbal, em revistas, anúncios, livros, murais, *sites* tornam-se cada vez mais intensas e, em muitos casos, inseparáveis. Trata-se de uma linguagem multimodal, pressuposto que assumimos nesta tese sobre a caracterização do gênero textual digital homepage institucional de universidades federais.

Em consonância com Norris (2004), entendemos que a linguagem verbal não é o único modo de expressão utilizado no processo de construção do texto, seja qual

for a situação de comunicação na qual estejamos inseridos. Ao analisarmos o texto, pensar que a linguagem verbal pode ser estudada de forma dissociada dos diversos modos de expressão das linguagens e/ou das mídias em que é utilizada pode constituir um problema teórico, especialmente, se considerarmos que os modos de manifestações linguísticas no texto são tão importantes e diversos quanto a próprio texto.

Em relação a essa concepção multimodal, asseveramos que, de fato, não podemos separar a linguagem de seus modos de expressão e, tampouco, separar o texto de seus recursos ou modos semióticos, pois, ao nos comunicarmos, acionamos uma série de recursos semióticos e de modos que contribuem para a produção de significados. Cada um dos textos carrega diferentes níveis de expressão e significação multimodais que se caracteriza por um contínuo visual, que vai do menos visualmente informativo ao mais visualmente informativo, como nos gêneros textuais digitais.

Na era da modernidade, do comportamento e do pensamento digitais, “os limites entre texto e imagem estão cada vez mais tênues”, conforme destaca Gomes (2010, p. 80). Devido às facilidades oferecidas pelos meios eletrônicos, tanto para a obtenção de imagens digitais quanto para sua inserção e edição em documentos nos computadores ou na *web*, a imagem e outros modos de expressão tornam-se elementos intrínsecos do próprio texto, estabelecendo relações de significações diversas que vão além do ornar o texto. Essas relações podem ser facilmente percebidas nas inúmeras práticas sociais. Ao falarmos ou escrevermos, acionamos, no mínimo, dois modos de representação, como afirma Dionísio (2011, p. 139): “palavras e gestos, palavras e entonações, palavras e imagens, palavras e tipográficas, palavras e sorrisos, palavras e animações etc”.

Em consonância com Baldry e Thibault (2006), entendemos que qualquer realização linguística está relacionada a eventos não linguísticos, como gestos, expressões faciais (no caso da linguagem oral) *design* gráfico, leiaute, tipografia (no caso da língua escrita). E, assim, acrescentamos que, se a famosa máquina de escrever já foi a grande aliada da escrita, atualmente os textos contam com um grande aparato tecnológico, cores variadas e sofisticados recursos visuais e sonoros. No meio digital, mais do que uma articulada composição de frases e de períodos, os textos apresentam imagens (em movimento ou não) e até mesmo sons,

que se entrelaçam para construir os novos sentidos exigidos pelos textos atualmente⁴.

Iedema (2003) afirma que a criação e a propagação do ambiente computacional, na década de 1980, representa, sem dúvida, um ponto crucial para o crescimento da imagem como o modo mais influente no processo comunicacional, dada a sua capacidade para representar digitalmente a fusão da fala, da escrita, da imagem e do som. Contudo, ainda que esse período seja de grande relevância com o início da sociedade da informação e seja considerado um marco longamente relacionado com a tecnologia e com a linguagem visual, compreendemos que seja crucial uma relativização, pois a relação escrita *versus* imagem *versus* tecnologia sempre esteve presente na vida em sociedade.

É inegável, porém, que, com o surgimento das novas tecnologias, especialmente, da internet e, por conseguinte, dos gêneros textuais digitais, a pluralidade semiótica tornou-se imensamente acentuada, além de ser caracterizada por modos semióticos não realizáveis em suportes impressos convencionais.

Kress e van Leeuwen (2006) ressaltam, a partir de uma listagem de gêneros, jornais, revistas, livros, cartazes publicitários, a ideia de que as *webpages*, especialmente, envolvem hoje uma complexa inter-relação entre texto escrito, imagens e outros elementos gráficos. Juntos, se combinam em um *design* visual.

Por essa razão, o conceito de multimodalidade associado ao de hipertextualidade, torna-se indispensável a esta pesquisa sobre as características genéricas da homepage institucional. Essa relação conceitual decorre do fato de que a lógica organizacional desses gêneros textuais no ambiente digital, sob esse ponto de vista, é multimodal e produz significados na combinação de seus modos composicionais, com atuação efetiva para o meio digital, através dos *links*, considerados aqui como dispositivos semióticos de ação.

Partindo desse princípio, é que, dentre os nossos objetivos, nos propusemos analisar as características multimodais, mais precisamente, o modo composicional do gênero textual homepage institucional e dos propósitos comunicativos. Compreendemos, pois, que, especialmente nos gêneros textuais digitais, há a

⁴Se, antes, para chamar a atenção e divulgar o produto, era suficiente o anúncio em *outdoors*, tabuletas de três metros de altura por nove de comprimento (3,00m X 9,00m), onde são coladas 32 folhas de papel, que, em seu conjunto, formam o texto. Atualmente os *outdoors* dividem espaço nas grandes cidades com enormes painéis de *led* (*Light Emitting Diode*), tecnologia de última geração, em que são apresentados vídeos de curta duração com alta resolução visual para chamar a atenção do leitor.

predominância de produção de práticas comunicativas para as quais convergem mais de uma forma de linguagem, caracterizadas pelos múltiplos modos de manifestações das diversas linguagens. Estudos como Miranda (2006), Gomes (2007), Lima-Lopes (2012), Lopes (2014), dentre tantos outros citados no percurso desta pesquisa também demonstram isso.

Iedema (2003, p. 33) afirma que o termo multimodalidade “foi introduzido para realçar a importância de se levar em consideração os diferentes modos de representação, como a imagem, a música, o gesto, e assim por diante, através da televisão, do computador e da *internet*”. Também a crescente ubiquidade (onipresença) do som e da imagem, dos filmes, na televisão, no computador e na internet, traz uma complexidade multissemiótica para as representações que produzimos e vemos ao nosso redor⁵.

A multimodalidade é o nome dado à presença simultânea de múltiplos modos semióticos em uma mesma composição, referindo-se à integração de modos de comunicação distintos como a escrita, sons, imagens, *design* em um mesmo texto (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Sendo assim, se tomado em sentido estrito, o texto escrito de uma forma geral é multimodal, pois a informação por ele trazida não se concentra exclusivamente na escrita em si, mas reside também em sua diagramação: utilização (ou não) de títulos, subtítulos, parágrafos (afastamento da margem esquerda), notas de rodapé, colunas. Esses muitos modos e tantos outros colaboram para a construção e interpretação de sentidos vários no texto.

Seguindo esse pressuposto, Descardesi (2002, p.20) afirma que “qualquer que seja o texto escrito, ele é multimodal, isto é, composto por mais de um modo e representação”. Por exemplo, uma página, impressa ou *online*, além do código escrito, pode apresentar, conforme a autora, outras formas de representação como: diagramação (leiaute), cor e qualidade do papel, formato e cor (ou cores) das letras, formatação do parágrafo, bem como a inserção de imagens etc.

Ressaltamos, especialmente, que a multimodalidade não se faz presente tão somente no texto escrito, textos orais também são compostos por diferentes modos de significação, entonação, expressões faciais, gestos etc. A infinidade de recursos

⁵Texto Original: The term multimodality was introduced to highlight the importance of taking into account semiotics other than language-in-use, such as image, music, gesture, and so on. The increased ubiquity of sound, image, film, through TV, the computer and the internet is undoubtedly behind this new emphasis on and interest in the multi-semiotic complexity of the representations we produce and see around us.

ou modos semióticos passa a constituir significados no texto, seja oral e/ou escrito. Sendo assim, assumimos o pressuposto de que nenhum sinal ou código pode ser satisfatoriamente estudado, se tomado em isolamento, uma vez que os inúmeros modos se complementam na composição do texto.

Cabe enfatizarmos que a multimodalidade parte do fundamento de que a própria linguagem se expressa em mais de um modo, o que nos exige, a partir de uma perspectiva multimodal, estender a concepção de linguagem para “outros sistemas representacionais e outros modos comunicacionais ou recursos semióticos, para a elaboração de significados utilizados dentro de cada cultura”⁶, como defende Jewitt (2009, p.1).

Destacamos, igualmente, que nesta tese compreendemos que modos são resultados de um processo histórico e social que leva à utilização de determinados recursos materiais por uma sociedade em um processo de representação e criação de significados, como afirma Kress (2010). Sendo assim, os modos possuem diferentes potenciais semióticos, moldados pelo uso significativo de uma determinada cultura, o que faz com que as práticas sociais e históricas assumam um importante papel em relação aos muitos e diferentes modos de manifestações da linguagem. Afinal, são essas práticas que ditarão o formato que um determinado modo de linguagem possui. Dessa forma, imagens, leiautes, gestos, cores, imagens em movimento, trilhas sonoras, escrita, fala etc., são exemplos de modos usados na representação e na comunicação. Em outras palavras, modos se relacionam aos recursos semióticos, trabalhando em conjunto para a construção de significados produzidos cultural e socialmente, podendo ter diferentes significados em seus próprios contextos.

Entendemos, assim, na perspectiva de Kress (2010), que cada um desses recursos possui diferentes potenciais semióticos, moldados pelo uso significativo que uma determinada cultura faz deles. Isso expressa que o papel atribuído às práticas sociais e históricas assume importância, pois são elas que ditarão o formato que um determinado modo de linguagem possui, conforme já afirmamos.

Para van Leeuwen (2005), os recursos semióticos são as ações, os materiais e os artefatos que usamos com propósitos comunicativos, produzidos fisiológica (pelo aparelho vocal, pelo olhar) ou tecnologicamente (com caneta, programas de

⁶Texto Original: [...] whole range of representational and communicational modes or semiotic resources for making meaning that are employed in a culture (JEWITT, 2009, p.1).

computador). As pessoas fazem escolhas entre diferentes recursos semióticos simultaneamente e estes se combinam em fenômenos multimodais para propósitos comunicativos vários.

Partindo dessa concepção de modo e de recursos semióticos, compreendemos que o ser humano pode e deve ser considerado multimodal por natureza. São, pois, infinitos os modos de expressão, como é ilimitada a essência humana. Alertamos, porém, que em pesquisas sobre as abordagens multimodais precisamos de um refinamento, uma delimitação do que pretendemos investigar. Do contrário, não conseguiremos dar conta de uma análise que possa demonstrar o mínimo de profundidade que lhe é exigida, vista a diversidade e a efervescência de modos, recursos multimodais, presentes em um texto.

Para Baldry e Thibault (2006), “multimodalidade” é um termo amplo, pois refere-se à diversidade de formas de representação e produção de sentidos dos textos e de outros recursos semióticos e também ao modo como eles interagem para produzir o significado que lhe é atribuído pelo usuário/produtor. Nesse mesmo sentido, Kress e van Leeuwen (2006) destacam que “o termo ‘multimodalidade’ não designa uma entidade predeterminada ou de tipo de texto. Pelo contrário, é uma diversidade de atividades de construção de significados, as quais estão passando por rápidas mudanças no contexto cultural contemporâneo”.⁷

Decorrente de toda essa multiplicidade de significados associada aos múltiplos modos de expressão da linguagem e à busca pela compreensão da diversidade de significados multimodais, os estudos nessa área propagaram-se consideravelmente. Uma vasta gama de pesquisadores advindos de várias áreas como Análise do Discurso, Linguística Aplicada, Linguística de Texto, Semiótica, Pedagogia, Psicologia, Sociologia, Artes, *Design*, dentre outras, têm se dedicado aos estudos da multimodalidade.

Muitas pesquisas têm procurado entender como os recursos semióticos são usados para articular discursos por meio de uma variedade de contextos. Estudos multimodais têm focalizado na maneira como os recursos de imagem e escrita, como também outros modos, são organizados em páginas de livros, páginas de jornais,

⁷Texto Original: The term multimodality does not designate a pregiven entity or text-type. Rather, it is a diversity of meaning-making activities that are undergoing rapid change in the contemporary cultural context.

capas de revistas, *websites* e outros recursos didáticos digitais, bem como filmes, anúncios de textos da nova mídia e outros textos multimodais (JEWITT, 2009).

As duas últimas décadas caracterizam-se pela efervescência de inúmeros estudos no sentido de compreender como os recursos semióticos são utilizados para articular significados através de uma variedade de contextos. Investigações detalhadas, a exemplo do que fez Rigolin (2006), Miranda (2006), Rigo (2007), Oliveira (2009), Ferraz (2011), Novellino (2011), Bezerra (2012), Lima-Lopes (2012), para citar alguns, têm sido empreendidas visando a descrever recursos semióticos, funções e sistemas de múltiplos modos, a fim de organizar seus princípios e investigar suas referências culturais e sociais.

Novellino (2011) ressalta que dentre as diversas abordagens multimodais, três se destacam no panorama de estudos multimodais: Análise Sociosemiótica Multimodal (*Social Semiotic Multimodal Analysis*), Análise Multimodal Interacional (*Multimodal Interactional Analysis*) e Análise do Discurso Multimodal (*Multimodal Discourse Analysis*). Para fins deste estudo sobre a homepage institucional, focamos a Análise Sociosemiótica Multimodal, especialmente, os estudos propostos na Gramática do *Design* Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, [1996]⁸, 2006) e os fundamentos posteriores de van Leeuwen (2005) e de Kress (2010). Entretanto, apresentamos uma breve descrição das outras duas abordagens multimodais, considerando que, de acordo com Novellino (2011, p. 76), “essas três abordagens compartilham conceitos básicos e fundamentais como modo, recurso semiótico e potencial de significado do modo”.

Se, por um lado, elas trazem características comuns centradas nas análises que visam à compreensão mais profunda dos gêneros textuais e, mais precisamente da própria materialidade textual, em concordância com os modos de interação, a partir de concepções multimodais amplas, com foco nos contextos situacionais e culturais em que se dão as relações sociais. Por outro lado, essas abordagens se diferem em relação às metodologias que adotam e às possibilidades de investigação que as metodologias adotadas permitem considerar. Além de trazerem diferenças relacionadas ao foco que dão às investigações que realizam e aos entendimentos e

⁸*Reading images: the grammar of visual design*, de autoria Kress e van Leeuwen, teve sua primeira edição publicada no ano de 1996, e a segunda edição publicada dez anos depois, em 2006. Nesta pesquisa, adotaremos a segunda edição desse livro.

reflexões acerca das relações multimodais com o discurso, considerando ou não as influências históricas e ideológicas.

O'Halloran (2011), uma das principais representantes dos estudos dos discursos multimodais, compreende os recursos semióticos como sistemas de significado à nossa disposição. As escolhas se dão entre diferentes recursos semióticos simultaneamente e estes se combinam em fenômenos multimodais. A ênfase da Semiótica Social recai sobre as regras socialmente produzidas e mutáveis por meio da interação social (VAN LEEUWEN, 2005).

A pesquisadora Kay O'Halloran (2011, 2012) criou alguns *softwares* interativos para análises multimodais de imagens e vídeos, nos quais é possível analisar amostras e modelos prontos para facilitar o ensino e a aprendizagem sobre os recursos da linguagem, imagem e áudio em vídeos. Por meio desses recursos, é possível estudar as variadas combinações de opções multimodais presentes nos discursos multimodais, adaptando-se conceitos e estruturas para uma análise sistemática e uma interpretação para o pensamento crítico.

O'Halloran (2012, p. 76) emprega o termo Análise do Discurso Multimodal (ADM), visto como “um paradigma emergente em estudos do discurso que se estende do estudo da linguagem em si para o estudo da linguagem em combinação com outros recursos, como imagens, simbolismo científico, gesto, ação, música e som”⁹. A terminologia ADM é usada de forma mais informal, atualmente como conceitos e abordagens de evolução nesse campo de estudo relativamente novo.

Nessa abordagem, a análise multimodal, conforme assevera Lima-Lopes (2012), busca ir além do plano estético, aprofundando-se no plano discursivo por se beneficiar da experiência adquirida nos estudos de Análise do Discurso. Acrescentamos que, por meio dessa apropriação discursiva, torna-se possível estabelecer uma relação entre questões ideológicas em manifestações textuais que representam comunidades discursivas específicas.

Em relação à Análise Multimodal Interacional, elaborada por Norris (2004), conforme Novellino (2011, p. 78), tem seu foco “nas interações face a face, gravadas em tempo real em vídeo, sem um roteiro prévio e sem propósito de serem veiculadas para outros fins que a análise de um pesquisador”. Um dos interesses

⁹Texto Original: [...] un paradigma emergente en el campo de los estudios del discurso que amplía el estudio del lenguaje *per se* al estudio del lenguaje en combinación con otros recursos tales como las imágenes, el simbolismo científico, la gestualidad, las acciones, la música y el sonido.

dos pesquisadores que adotam essa abordagem é o estudo dos modos comunicacionais acionados nas interações gravadas. O objetivo principal desse estudo multimodal é a análise, descrição e compreensão do que acontece durante um evento comunicativo, com ênfase nas expressões e reações realizadas pelos indivíduos em situações específicas, na qual uma interação em andamento é sempre co-construída (NORRIS, 2004).

Ainda que demonstre interesse na identificação e análise dos modos comunicacionais e do contexto, a Análise Multimodal Interacional está centrada nas interações situadas e nos modos acionados para mediar cada interação (NOVELLINO, 2011). Nesse caso, a interação é tratada através dos estudos da sociolinguística interacional, discurso mediado e multimodalidade, cruzando os limites entre a Linguística e as investigações sobre o comportamento não verbal.

Nessa abordagem, os participantes, referidos por Norris (2004) como atores sociais, não são indivíduos representados. São pessoas gravadas em vídeo em tempo real, cujas análises envolvem imagens em movimento de interações do dia a dia. Integram a análise os processos não verbais das práticas discursivas, como os gestos (dêiticos, icônicos, metafóricos), o olhar, a voz (risadas, ruídos), a prosódia, a mímica facial, os movimentos da cabeça e das mãos, a postura, a distribuição espacial ou a posição das pessoas, umas em relação às outras, no desenvolvimento da interação.

Sobre a Análise Sociosemiótica Multimodal, destaca-se que essa abordagem baseia-se nos conceitos propostos por Halliday para a linguagem verbal, vista como socialmente situada, funcional, elaborada num sistema complexo de signos que, ao serem instanciados, materializam-se através de metafunções. Essa abordagem explora dois assuntos intimamente relacionados: os recursos materiais da comunicação e a maneira como seus usuários – produtores e leitores - são socialmente orientados para este ato (KRESS, 2010). Além disso, cria inventários de recursos semióticos, estuda os recursos semióticos e de que maneira estes são trabalhados no âmbito de diferentes práticas sociais, se preocupando com a maneira pela qual as pessoas regulam o uso dos signos nesses contextos.

Na concepção de Novellino (2011, p. 81), os pesquisadores que adotam a Análise Sociosemiótica Multimodal “dão grande ênfase ao signo, à sua elaboração e à maneira como cada grupo o interpreta nas diferentes situações e contextos”. Cabe destacarmos que, nessa perspectiva, uma das preocupações é mapear os

recursos utilizados por esses grupos e verificar como o significado se (re)constrói em cada grupo social. Em relação às análises de imagens, as investigações concentram-se principalmente na interação entre quem realiza/produz a representação e quem a vê, o leitor.

Os estudos sociosemióticos multimodais nos permitem ver com outros olhos a tipografia, quando, por exemplo, as letras, na condição de signos, passam a expressar novos significados, novas relações entre gráficos, imagens e outras letras. Nesse caso, a comunicação se estabelece através da forma da letra, da cor, textura e perspectiva, da saliência, do enquadramento e do movimento visual.

Lima-Lopes (2012, p. 54) afirma que a abordagem sociosemiótica multimodal possibilita ao analista “observar os diferentes modos de linguagem de uma forma bem peculiar: composições passam a ser proposições visuais que surgem a partir de um conjunto de escolhas possíveis, governadas por ideologias e convenções”. Isso se dá porque nossos códigos são expressões dos nossos valores e das nossas culturas, que cooperam para que uma série de escolhas similares seja realizada dentro desse contexto. E, assim, a escolha também é um importante mecanismo de construção de sentido, quando o usuário/produzidor pretere um modo ou modos em detrimento de um ou de outros.

Essa abordagem multimodal, cujos representantes principais são os elaboradores da Gramática do *Design Visual* (GDV), vem se desenvolvendo amplamente em decorrência das discussões promovidas sobre a GDV, que apresenta perspectivas semióticas que partem do princípio de que as regras, tanto as escritas, quanto as não escritas, são feitas por pessoas e podem ser mudadas e combinadas pelas pessoas que detêm poder para isso. Essas combinações de regras são decorrentes de fatores históricos, sociais e culturais, cuja integração entre as linguagens verbais e não verbais passam a expressar diferentes significados, especialmente se considerarmos os aspectos tecnológicos e digitais, conforme discutiremos no tópico seguinte.

3.1.1 A Gramática do *Design Visual*: ferramentas descritivas da Sociosemiótica Multimodal para a análise do visual

Kress e van Leeuwen (2006) argumentam sobre a importância e a necessidade de se desenvolver um método de análise que possibilite verificar como os recursos semióticos verbais e visuais produzem e constroem estruturas de

significados sociais. Com o objetivo de desenvolver uma metodologia adequada para a análise dos textos multimodais, Kress e van Leeuwen ([1996], 2006), com base na Gramática Sistêmico-Funcional, proposta por Halliday (1994), propuseram a Gramática do *Design Visual* (GDV).

A GDV centra-se no estudo da comunicação visual das culturas ocidentais (quadros, gráficos, ilustrações, imagens), e postula que os significados da linguagem verbal e da linguagem visual são realizados diferentemente, já que cada um desses modos semióticos disponibiliza recursos particulares. Sendo assim, as representações também se apresentam de forma diferente. Eles ressaltam que apenas por meio dessa gramática será possível descrever o modo como indivíduos, coisas e lugares combinam “declarações visuais” de maior e menor complexidade e extensão. Vejamos:

[...] nós vamos nos concentrar na "gramática" e na sintaxe, na forma como esses elementos são combinados em conjuntos significativos. Do mesmo modo que as gramáticas da língua descrevem como as palavras se combinam em orações, frases e textos, nossa "gramática" visual vai descrever a maneira pela qual os elementos representados – pessoas, lugares e coisas se combinam em 'declarações' visuais de maior ou menor complexidade e extensão [tradução nossa] (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 1).¹⁰

A GDV considera que a imagem apresenta-se organizada em proposições visuais, as quais possuem regularidades significativas, que, combinadas, constituem um conjunto sistemático de estruturas. A intenção dos autores é, pois, fornecer descrições de uma grande quantidade de estruturas composicionais que se estabeleceram como convenções ao longo da história da semiótica visual ocidental, bem como analisar como essas estruturas são empregadas nas diversas ações multimodais para a construção de significados.

O sistema de estruturação visual elaborado por Krees e van Leeuwen ([1996], 2006) parte das premissas teóricas propostas por Halliday (1994), em torno das metafunções: ideacional, interpessoal e textual. Em relação aos princípios metafuncionais, Kress e van Leeuwen ([1996], 2006) estão entre os primeiros trabalhos a discutir como as metafunções poderiam ser adaptadas a outros sistemas

¹⁰Texto original: [...] we will concentrate on 'grammar' and on syntax, on the way in which these elements are combined into meaningful wholes. Just as grammars of language describe how words combine in clauses, sentences and texts, so our visual 'grammar' will describe the way in which depicted elements – people, places and things – combine in visual 'statements' of greater or lesser complexity and extension.

semióticos que não as línguas naturais. Essas metafunções, na GDV, adquirem novas denominações quais sejam: representacional, interacional e composicional, respectivamente. Uma mesma imagem representa o mundo (significado representacional), estabelece uma relação com o leitor (significado interacional) e com os seus próprios elementos (significado composicional), conforme poderemos observar no seguinte quadro:

Quadro 1 – Gramática Sistêmico-Funcional X Gramática do *Design Visual*

METAFUNÇÕES		
GRAMÁTICA SISTÊMICO-FUNCIONAL	GRAMÁTICA DO <i>DESIGN VISUAL</i>	
Ideacional (léxico-gramatical)	Representacional (intra imagem)	Estruturas visuais que constroem visualmente a natureza dos eventos, objetos, participantes envolvidos e as circunstâncias em que ocorrem; estabelecem as relações construídas entre os elementos retratados, tais como: ícone, figuras, lugares, objetos e pessoas que aparecem nas imagens.
Interpessoal (relações sociais)	Interacional (inter-imagem)	Estruturas visuais responsáveis pela relação entre os participantes; estabelecem a natureza da relação entre quem vê e o que está sendo visto.
Textual (estruturação da mensagem)	Composicional (intra imagem e intermodal)	Estruturas visuais responsáveis pelo formato do texto e pela disposição dos elementos, estabelecendo o valor hierárquico dos elementos na imagem e entre os diferentes modos de representação da informação (multimodalidade).

Fonte: Kress e van Leeuwen (2006)

A Gramática do *Design Visual* analisa os modos como as imagens representam as relações entre as pessoas, os lugares e os objetos por elas retratados, por meio da interação e pela sua própria composição ou estrutura. Toda imagem contém uma série de representações, de relações de interação e de composições.

Entretanto, entendemos que, apesar de Kress e van Leeuwen (2006) estarem preocupados especialmente com o *design* da visualidade e ainda que o modelo oferecido seja abrangente, com a abordagem das três metafunções, são necessárias “adaptações de caráter teórico, advindas de pesquisas sobre os diversos modos de linguagem”, de acordo com o que acentua Lima-Lopes (2012, p. 39) e conforme destacaremos ao focarmos os modos composicionais do gênero textual homepage institucional.

Nesta pesquisa, realizamos um recorte e abordaremos a metafunção composicional, que tem foco na composição textual. Embora reconheçamos a importância das metafunções representacional e interacional para a composição dos gêneros, vemos na metafunção composicional significativas informações que contribuem, sobretudo, para a caracterização do gênero textual homepage institucional de universidades federais, e que estão relacionadas à hipertextualidade e aos propósitos comunicativos no ambiente digital. Para efeito de contextualização, descreveremos sucintamente as metafunções ideacional e interacional e discutiremos com maior aprofundamento a metafunção composicional, com vistas aos valores informacionais, à saliência e ao enquadramento/*framing*.

A **metafunção representacional** diz respeito à relação que ocorre entre os participantes que fazem parte da imagem. De acordo com Kress e van Leeuwen (2006), essa metafunção se refere à representação das interações e relações conceituais entre pessoas, lugares e coisas descritos nas imagens. As estruturas representacionais podem ser narrativas ou conceituais. As estruturas narrativas caracterizam-se pela presença de elementos definidos como vetores, traços imaginários que sinalizam a ideia de ação/movimento, corresponde ao que na linguagem verbal é realizado por verbos de ação.

Na concepção dos autores da GDV, os processos narrativos servem para apresentar ações de desdobramentos e eventos, processos de mudança, organizações de espaços transitórios. Os participantes envolvidos nos padrões narrativos são descritos em processos de ação, de reação, de pensamento e de fala em circunstâncias específicas (KRESS, VAN LEEUWEN, 2006). Os processos narrativos podem incluir duplos participantes ou participantes únicos, envolvendo processos de ação ou reação, representando, assim, estruturas transacionais e não-transacionais. Os processos conceituais, por sua vez, caracterizam-se pela ausência de vetores e se subdividem em: classificacionais, analíticos e simbólicos.

A **metafunção interacional** estabelece a relação entre a imagem descrita e o espectador. Kress e van Leeuwen (2006) defendem que as imagens, além de realizarem a interação entre os elementos que as compõem, estabelecem uma interação entre quem as lê e quem as produz. Trata-se de uma interação entre as imagens com o observador, as quais sugerem qual atitude os observadores devem ter em relação ao que é representado nas imagens.

Nessa metafunção, verificamos três formas pelas quais diferentes elementos composicionais da imagem interagem com o leitor/observador: contato, distância social e atitude. Essa metafunção instancia-se justamente quando há essa conexão entre os elementos do artefato midiático e o sujeito que lê um texto, observa uma imagem ou assiste a um filme. É desse encontro que se inicia uma nova maneira de produzir sentidos, com a redefinição dos papéis de um e de outro lado.

A **metafunção composicional** descreve a relação entre os elementos que compõem uma imagem visual. A estrutura composicional é organizada através de três sistemas: o valor da informação – que corresponde ao posicionamento dos elementos numa dada imagem, organizada pelas estruturas Dado/Novo, Ideal/Real e Centro/Margem; a saliência – representada pelo efeito de cores, tamanho, agudez de foco, etc.; e o enquadramento – estabelecido através da conexão e desconexão entre os elementos descritos.

Esclarecermos, porém, que ao privilegiarmos em nossa análise o modo composicional (valor informacional, saliência e estruturação) do gênero textual digital não deixamos de reconhecer a importância dos demais sistemas semióticos para a construção do significado do texto. Contudo, para a investigação a que nos propusemos, julgamos ser imprescindível esse recorte. A pertinência desse modelo de recorte aqui adotado reside no fato de que ele poderá dar conta de uma série de significados e ações que se encontram integradas na composição textual da homepage institucional enquanto gênero textual digital, que, por vezes, exigem um olhar atento sobre seus significados, conforme discorreremos a seguir.

3.2 *Design* digital: da terminologia aos significados

Para deixar claro nossa incursão sobre o *design* do visual digital, iniciamos esta seção abordando definições do que vem a ser *Design*, palavra que semelhante a outros termos como “*internet*”, “*web*”, “*homepage*”, não obteve uma tradução no Brasil. A não tradução se deve ao fato da dificuldade de encontrar um termo que possa corresponder à palavra no português com um significado apropriado.

Com origem na palavra inglesa “*design*” e na latina “*designare*” (*as-are-avi-atum*), tanto pode significar designar, indicar, representar, marcar, ordenar, como também pode significar invento, planejamento, projeto e configuração. Nesta tese, tomamos como base a definição de *Design*, proposta por Flusser, (2007), para quem

etimologicamente, em inglês, a palavra “*design*” funciona como substantivo e também como verbo. Para o autor a palavra “*design*’

Como substantivo significa, entre outras coisas, “propósito”, “plano”, “intenção”, “meta”, “esquema maligno”, “conspiração”, “forma”, “estrutura básica”, e todos esses e outros significados estão relacionados a “astúcia” e a “fraude”. Na situação de verbo - *to design* - significa entre outras coisas “tramar algo”, “simular”, “projetar”, “esquemematizar”, “configurar”, “proceder de modo estratégico” (FLUSSER, 2007, p. 181).

De acordo com essa definição, impõe que pensemos o conceito de *design* a partir de duas implicaturas. Na primeira, o significado da palavra está associado a desenho, concretização de um projeto em um esboço, um motivo uma composição visual. Enquanto que na segunda implicatura, a palavra está associada a uma intenção, que será concretizada por meio da ação. Além disso, cabe destacarmos que na concepção de Flusser (2007), o *design* é visto sob um aspecto da trama, da simulação, da conspiração, ideia com as quais concordamos parcialmente.

Neste estudo, compreendemos que o *design* deve ser pensado e executado com a finalidade de atender a interesses de seus usuários/produtores, mas também com a função social de tornar ambientes inteligíveis, no qual se estrutura “a interação entre o usuário e o produto, a fim de facilitar ações efetivas” (PORTUGAL, 2013, p. 47). Isso significa dizer que o *design* pode ser manipulado para a persuasão do outro, convencimento do outro, em prol de uma satisfação de interesses do seu produtor. Contudo esses interesses, em muitos casos, também podem se relacionar aos interesses dos leitores/usuários, facilitando a compreensão de significados.

Ao que nos interessa neste estudo, é importante estabelecermos limites chave entre a imagem na Arte e a imagem no *Design*, as quais não devem ser confundidas, embora haja vínculos de aproximações em muitos aspectos, com incessantes pontos de interseções e analogias, nos quais se estabelecem trocas e conexões. Essa distinção se faz importante, porque não podemos dizer que Arte e *Design* são frutos de uma mesma realidade, embora tenhamos consciência de que essa desvinculação da Arte e do *Design* está imersa em uma série de questões teóricas, epistemológicas e metodológicas.

A separação entre Arte e *Design* pode, em um primeiro momento, parecer uma “desvinculação conturbada”, especialmente se considerarmos, de acordo com Villas-Boas (2007, 2007, p.66), que o *Design* surgiu da esfera da Arte, como uma

“consequência dos caminhos tomados pelos artistas europeus (ou parte significativa deles) ao colocarem em questão o concerto, a prática e a inserção social de sua própria atividade”.

No entanto, o fato é que, contemporaneamente, conforme destaca Villas-Boas (2007), o exercício do *Design* não é uma prática artística, porque está ligado à esfera de produção e não à esfera artística. Nesse sentido, podemos dizer que, embora *Design* e Arte se entrelaçam, por mais difícil que seja atualmente afirmarmos que isso ou aquilo constitui ou não arte, em muitos casos, o *Design* não utiliza técnicas e/ou arranjos artísticos para sua produção¹¹. Contudo, caso a imagem do *Design* tenha como objetivo a função estética, tornando-a mais importante que suas outras funções ela pode ser considerada um produto artístico. Em nosso entendimento, a imagem do *Design* se situa no intermédio entre a arte e a técnica, tornando possível uma nova cultura atrelada às muitas e novas tecnologias existentes atualmente.

Ao focarmos o *design* digital, devemos compreender que atualmente é difícil separá-lo de nossas práticas. Podemos comprovar que ele está associado a todas as esferas da vida social e cotidiana. O *design* visual, na amplitude de seu campo de ação e em sua pluralidade, tratada a partir de suas especialidades abarca uma série de categorizações: *design* gráfico, *design* digital, *design* de games, *design* de moda, *design* de embalagem, *design* de informação, *design* de interface.

Em meio aos novos desafios da multimodalidade, das linguagens gráficas com imagens em movimento e sons, da hipertextualidade e da navegação com o intuito se apropriar de forma adequada de tais recursos é que na sociedade atual se busca cada vez mais a elaboração clara e funcional do design digital com vistas à interatividade. Na tentativa de buscarmos fundamentações a esta pesquisa, torna-se essencial conhecermos o que é Design de informação e design de interface ou ainda *design* de *hipermídia* (SILVA, 2010).

Desenvolver trabalhos de *design* para a internet é o que podemos chamar atualmente de *web design* ou *design* de interface. O *design* de interface busca a interação entre o usuário e o artefato. Atualmente diante de todo esse aparato tecnológico e de tudo o que somos capazes de desenvolver através das redes sociais, se torna cada vez mais necessário que o *design* digital se torne também

¹¹ Ressaltamos que não intencionamos adentrar mais profundamente nessa discussão, considerando que este não é o nosso foco de estudo e por isso evitamos aqui nos apropriarmos de termos como alta cultura e cultura de massa, o que demandaria maiores abordagens.

interativo, capaz de envolver o usuário leitor. Sendo assim, importa-nos ilustrar como o *design* tem se apresentado ao longo desses últimos vinte anos. David Siegel (1998) classifica a evolução do desenvolvimento do *design* da internet em *sites* de primeira, segunda e terceira gerações.

Os sites de primeira geração possuem fundo cinzento, com texto e gráficos apresentados de forma linear e sequencial. A página apresenta uma sequência do topo para a base, da esquerda para a direita de textos e imagens, intermediada por retornos de linha e outros separadores de fluxo de dados, como marcadores e régua horizontais.

Os de segunda geração possuem mais ilustrações, o que acaba por sacrificar a legibilidade em função do uso excessivo da tecnologia. São basicamente *sites* de primeira geração com ícones substituindo palavras, imagens ladrilhadas, substituindo o fundo cinza, bordas vermelhas e azuis em volta das imagens e faixas substituindo os títulos”, conforme podemos observar nessa *homepage* do site UOL, do ano de 1996.

Figura 1 – Homepage do site UOL no ano de 1996



Fonte: Imagem disponível em <http://sobreuol.noticias.uol.com.br/historia/>

Observamos com base na imagem da homepage do site UOL, planos de fundo com a cor azul escuro e intenso, contrastando com a cor das letras brancas sem um direcionamento de leitura definido. A logomarca da instituição encontra-se situada no centro e denotando uma órbita entre os objetos, imagens e palavras.

A partir de sites de terceira geração, conseguimos identificar uma trajetória de leitura definida. O *design* das homepages de *sites* passaram a ser baseadas na maneira como o site é desenhado, no *design* e não no domínio da técnica e das tecnologias utilizadas (SIEGEL, 1998).

Sendo assim, o design digital passou a oferecer uma nova experiência visual – diagramação, tipografia, posicionamento e o relacionamento entre todos os elementos da página – no qual o visitante é guiado pelas páginas fazendo uso de metáforas e temas visuais. Por conta dessa evolução no *design*, o ambiente *web* se tornou mais agradável o que ajudou principalmente no acesso à informação e à navegação.

Segundo Donati, Carvalho e Prado (1997), criar um site envolve conhecimentos específicos e deve-se buscar a integração desses conhecimentos para que as soluções obtidas sejam aplicadas de forma interdependentes e conscientes no alcance da intervenção de cada uma dessas áreas, no resultado final.

Ressaltamos que devemos, sobretudo, estabelecer um perfil conceitual capaz de representar claramente a mensagem a ser associada ao conteúdo do *site*. A partir dessa concepção, serão definidos os parâmetros essenciais na construção da topologia mais adequada para o acesso às informações ali contidas, além dos princípios formais que devem ser evidenciados para que a configuração estética das páginas seja comunicativa, atraente e representativa.

Sabemos que o design digital sofre constantes transformações e evoluções, é cada vez mais aceita a premissa de que uma mensagem funciona melhor quando ela é bem estruturada e permite fácil e rápida compreensão. Partindo desse pressuposto, o *design* digital passou a focar não só no conteúdo verbal da informação, mas também na imagem e, sobretudo, na estruturação, no arranjo, dessa mensagem. Com isso, os elementos que compõem as mensagens tornaram especializados na área digital. Podemos identificar e compreender essa evolução do design do visual digital, quando observamos o que foi a homepage da UOL em 1996 e como ela passou a se apresentar anos depois, no ano de 2014, conforme segue:

Figura 2 – Homepage do site UOL em 2014¹²

The image shows the UOL homepage from 2014. At the top, there is a green banner for 'Jollywallet' with a 'Share' button. Below this is a navigation bar with the UOL logo, the date '13 de Março de 2014', and various utility links like 'Dólar', 'Temperatura', and 'Fazça do UOL'. A search bar is also present. A main menu lists categories such as 'Notícias', 'Carros', 'Economia', 'Folha', 'Esporte', 'Entretenimento', 'Jogos', 'Música', 'Rádio', 'Vídeo', 'Shopping', and 'APPs'. The main content area is divided into several sections: a large featured article about 'Sem Barbosa, STF absolve Cunha de lavagem e o livro de regime fechado', a 'AO VIVO' section with a 'STF analisa recursos de João Cláudio Genú', and a 'Coma isso e não faça mais dieta' advertisement. There are also several smaller news snippets, a 'NETSHOES' advertisement, and a 'TV UOL' section. The bottom of the page features a '88814' section with four small images and a 'CLIQUE AQUI!' button. A sidebar on the left contains a 'ASSINE UOL' section and a 'BATE-PAPO' section. A 'Ofertas do dia' section is located on the right side of the page.

Fonte: Captura de Imagem a partir do site: www.uol.com.br

Com base nas observações das Figuras 1 e 2, podemos destacar conforme Lima Lopes (2012), que o *design* exerce importante função, a partir do uso dos

¹² Destacamos que apresentamos essa imagem com o objetivo principal de demonstrarmos a extensão, o número de imagens e recursos audiovisuais que integram o design da homepage da UOL.

recursos disponíveis, pois estabelece uma relação de construção de significados que é conjunta e dependente de ambos os códigos semióticos para sua construção.

Na verdade, a instanciação de significados é algo que vai além da simples justaposição de diferentes modos, eles parecem trabalhar conjuntamente e de forma simbiótica. Sendo assim, o *design* de interface seria um exemplo dessa simbiose, integração de diversos sistemas semióticos combinados na produção de uma complexa forma de significar.

Como afirma Dondis (1997), criamos um *design* a partir de inúmeras cores, formas, texturas, tons e proporções relativas, relacionamos esses elementos e temos em vista significados textuais resultantes. Cabe destacarmos que as cores, segundo Kress e van Leeuwen (2006), agem como um dispositivo semiótico formal capaz de representar ideias, atitudes, ressaltar informações e estabelecer através da integração com os demais recursos semióticos coerência e coesão nos textos, carregando múltiplos sentidos, conforme discutiremos no tópico que segue.

3.3 Os significados composicionais no *design* digital: valor informacional, saliência e enquadramento

Na era dos grandes avanços tecnológicos, os textos tornam-se altamente multimodais, conforme já afirmamos. Diversos modos semióticos (escrita, imagens, sons, vídeos) articulam-se, conferindo aos textos significados múltiplos como múltiplos também são os modos por meio dos quais se expressam. Essa realidade nos exige um olhar sobre esses significados, na busca da compreensão de como os diversos modos de linguagem interagem na construção do texto, especialmente quando se trata de gêneros textuais digitais.

Sendo assim, em relação ao objeto deste estudo, o gênero textual homepage institucional, centramos nossa discussão sobre aspectos multimodais da metafunção composicional do gênero textual digital, com destaque para os seguintes recursos: o valor informacional, a saliência e o enquadramento/*framing*.

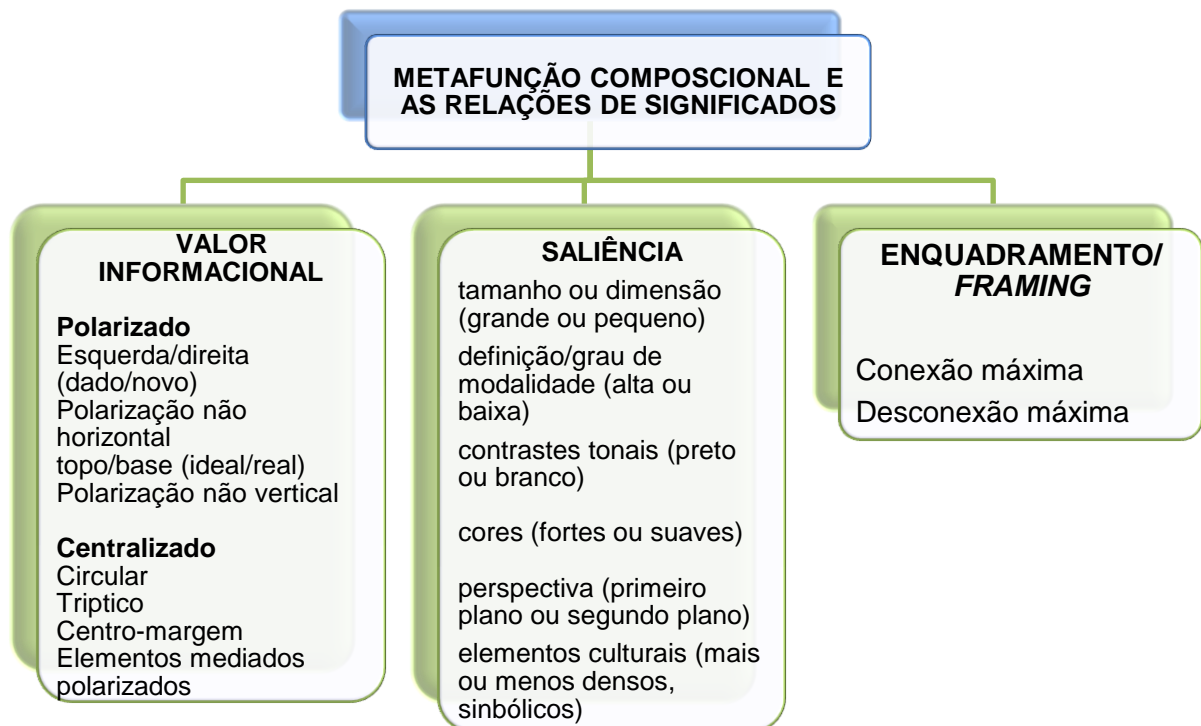
Kress e van Leeuwen (2006), em relação à composição multimodal do texto, concebem a existência dos elementos visuais dentro de sistemas de representação moldados pela cultura e pela história que, assim como os textos escritos, estão disponíveis para uma utilização socialmente motivada por parte de indivíduos com interesses específicos. Para os autores,

a forma como os significados são mapeados em diferentes modos semióticos, a forma como algumas coisas podem, por exemplo, ser 'ditas' visualmente ou verbalmente, ou apenas visualmente, ou só verbalmente, também é cultural e historicamente específica (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 2)

Se compreendermos a composição visual sob o aspecto cultural e histórico, conforme estabelecem Kress e van Leeuwen (2006), através do uso social em sistemas semióticos articulados ou parcialmente articulados, certamente esse entendimento nos possibilitará observarmos que os arranjos que se somam na composição textual são frutos de escolhas semióticas, de modos de expressão que revelam a articulação entre os significados.

Contudo, essa articulação é feita através de princípios de integração que têm precisamente como função a produção, composição, de um texto, na qual incluem três recursos principais: valor informacional, saliência e enquadramento/*framing* (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006).

Quadro 2 – Sistemas de significação da composição multimodal



Fonte: Adaptado de Kress e van Leeuwen (2006)

De acordo com o Quadro 2, podemos observar que a perspectiva composicional – valor informacional, saliência e enquadramento/*framing*, considera que os usuários produtores utilizam diferentes recursos semióticos, organizados e estruturados no espaço visual, conferindo significados diversos com maior ou menor função textual, conforme descreveremos a seguir:

3.3.1 Os significados composicionais do valor informacional

O valor informacional está relacionado com as significações atribuídas aos elementos em função de sua localização na página. A colocação e a localização dos elementos no texto lhes conferem valores informativos específicos ligados às várias “zonas” da imagem, podendo configurar relações de polarização: eixo horizontal e eixo vertical (esquerda/direita, superior/inferior); e de centralização (centro/margem).

Kress e van Leeuwen (2006) defendem que cada uma dessas zonas carrega em si valores de informação distintos. O posicionamento destes elementos semióticos pode ter por base uma estrutura polarizada ou centralizada espacialmente.

Para o que nos interessa cabe afirmarmos que se a estrutura informacional for polarizada, ao longo do eixo horizontal, a composição divide-se em esquerda e direita, posições às quais se associam os valores Dado e Novo; à esquerda, a Informação Dada; e, à direita, a Informação Nova. Se centralizada, temos informação de valor central x informação de valor periférico e subserviente. As posições centro/margem realizam suas significações em termos de informação nuclear, em torno da qual pairam informações marginais ou periféricas.

Em relação ao eixo horizontal, a Informação Dada é a informação com a qual o leitor/observador está familiarizado, que vai ao encontro do senso comum, ao passo que a Informação Nova, contrariamente, é aquela que efetivamente carrega conteúdo novo e questionável, que ainda não é conhecido pelo leitor/observador (KRESS; VAN LEEUVEN, 2006).

É importante anteciparmos, nesse aspecto, que essa divisão do eixo horizontal não pode ser considerada simétrica na distribuição do valor informacional na composição do texto. Em outras palavras, não significa simplesmente dividirmos uma composição ao meio e assumirmos que à esquerda encontraremos a Informação Dada e, à direita, a Informação Nova. Mas, é necessário identificarmos

linhas divisórias (molduras) explícitas ou implícitas na composição que delimitem seu lado direito e seu lado esquerdo, de forma atenta.

A título de ilustração, exibimos três possibilidades de divisão de um texto no eixo horizontal, domínio do Dado/Novo:

Figura 3 – Distribuição da informação ao longo do eixo horizontal

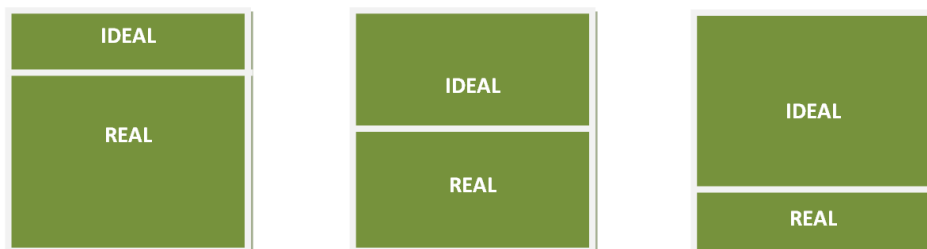


Fonte: Adaptação de Kress e van Leeuwen (2006)

Em relação ao eixo vertical, dividimos a composição em parte superior e parte inferior e associamos a essas partes a assunção de Informação Ideal/Idealizada e Informação Real, respectivamente. A Informação Ideal, que se encontra na parte superior do texto, é aquela revestida de apelo emocional, que apresenta ao leitor facetas idealizadas e estilizadas da vida.

Kress e van Leeuwen (2006) afirmam que, para algo ser considerado ideal, significa que é apresentado como a essência idealizada ou generalizada da informação; logo, também, como o seu componente ostensivamente mais saliente. Já a Informação Real constitui aquela em que se aproxima da realidade tal como ela é, ou seja, a informação mais específica, mais objetiva ou mais prática. Semelhantemente ao que acontece ao longo do eixo horizontal, a divisão do eixo vertical em parte superior e parte inferior não implica a divisão da composição em duas partes iguais. Essa divisão é determinada pela(s) moldura(s) existentes na composição, como mostramos nestes exemplos:

Figura 4 – Distribuição da informação ao longo do eixo vertical



Fonte: Adaptação de Kress e van Leeuwen (2006)

Com base nessa premissa da distribuição informacional, ressaltamos que a divisão estrutural entre os eixos horizontal e vertical, que atribui valor à informação de acordo com a posição ocupada pelos vários componentes de uma composição é uma construção ideológica, pois nada garante que ela corresponda à percepção da realidade de seu usuário/produtor ou usuário/leitor. Na verdade, reconhecemos que estabelecer essa divisão entre os eixos não é uma tarefa simples. Nem sempre é fácil percebermos e estabelecermos as margens a partir dessa separação dos eixos, considerando que não se trata apenas de procurar as linhas, mas, especialmente, de observarmos que valores de significação estão sendo atribuídos a cada uma dessas zonas informacionais, que nem sempre se encontram de acordo com a proposta da Kress e van Leewen (2006).

Em termos gerais, essa premissa de separação entre os eixos e os valores informacionais pode, por alguns motivos, ser considerada problemática, pois pode ser questionável, tendo em vista que em muitos textos constatamos que o valor informacional não se apresenta dentro dessa estrutura (Dado/Novo, Ideal/Real), conforme observaremos no capítulo de análises desta tese.

Assim como muitos e diferentes são os textos, muitos e diferentes são os modos de expressão que os integram, e muitas e diferentes são as estruturas composicionais, mesmo que em muitos desses textos sejam frequentes fatores de recorrência estrutural. Nesse sentido, assinalamos que, embora o seccionamento do texto multimodal em esquerda/direita e parte superior/parte inferior seja um arranjo consagrado na cultura ocidental, ele não é o único possível.

Em geral, temos observado que os textos visuais “diluem” a posição central em uma zona intermediária localizada entre pólos esquerdo/direito e/ou topo/base em uma estrutura conhecida como tríptico horizontal (topo/mediador/ base) e tríptico vertical (esquerda/mediador/direita), conforme destacam Kress e van Leewen (2006).

Cabe acrescentarmos que um tríptico pode apresentar uma estrutura simples e simétrica de Margem-Centro-Margem, ou uma estrutura polarizada em que o Centro age como mediador entre o Dado e o Novo ou entre o Ideal e o Real. Cabe ressaltar que os trípticos verticais são menos comuns que os trípticos horizontais. Para ilustrarmos esse ponto, apresentamos o quadro:

Figura 5 – Distribuição da informação ao longo dos trípticos horizontal e vertical



Fonte: Adaptação de Kress e van Leeuwen (2006)

Nesses casos, o tríptico passa a ter papel relevante na construção composicional do texto, pois além de agregar importância na posição em que ocupa, se estiver no centro será o núcleo da informação (elemento Central). Contudo, em relação aos elementos que o rodeiam (elementos Marginais), apresentarão valor subservientes e de alguma forma, dependentes do elemento Central. Essa estrutura é bastante comum nos gêneros capa de revistas, capa de jornais e em homepages, por exemplo, podendo ocorrer tanto na posição vertical quanto horizontal e associar-se a outros recursos composicionais como a saliência e o enquadramento/framing.

3.3.2 Os significados composicionais da saliência

No que tange à saliência, os elementos são configurados com a finalidade de atrair a atenção do espectador em diferentes graus, tais como a colocação em primeiro ou segundo plano, o tamanho relativo, contrastes no valor tonal (ou cor), as diferenças na nitidez, diferenças de brilho, entre outros etc., ressaltando a ênfase que o produtor do texto quis atribuir àquilo que merece maior destaque dentro da composição textual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006).

Com base no princípio da saliência, destacamos que as cores têm um papel fundamental na composição visual. No texto visual devemos analisá-las, procurando verificar o que representam simbolicamente. A simbologia das cores é conhecida por todos nós. Na cultura ocidental, por exemplo, o branco representa paz, espiritualidade, pureza; o vermelho simboliza sangue (vida ou morte), guerra, e é também, ainda hoje, bandeira de regimes políticos; o preto simboliza o luto, a viuvez, a escuridão. Essa simbologia das cores tem um significado situado histórica e culturalmente.

Lembramos, quanto a isso, que há uma tendência de associar certas cores a emoções específicas, porque as cores têm o poder de influenciar nossos

sentimentos. No texto visual, porém, a escolha das cores depende não apenas do contexto cultural e da simbologia, mas, principalmente, do grau de letramento do produtor do texto e está intencionalmente relacionada à estrutura do texto e aos propósitos comunicativos.

Em *sites* para crianças, por exemplo, encontramos o emprego de cores primárias e secundárias, com tonalidades fortes e vibrantes. Em geral, o emprego dessas cores intenciona sugerir alegria, dinâmica e vida, tendo em vista que se trata de um *site* direcionado ao público infantil. Além do sentimento de alegria, essas cores são usadas para despertar a atenção, por serem contrastantes quando utilizadas juntas e remeterem à coloração do mundo infantil, dos brinquedos, etc.

Outro importante recurso na análise da saliência relaciona-se ao uso dos planos na composição. Sabemos que elementos dispostos em primeiro plano são mais proeminentes do que aqueles mostrados em segundo plano. Além disso, o tamanho de cada elemento em relação ao todo produz significados distintos: quanto maior o tamanho, maior a visibilidade do elemento. Ao ressaltar alguns elementos em detrimento de outros, na composição do texto visual, a saliência pode estabelecer relações hierárquicas e de poder entre esses elementos, conforme demonstraremos nas análises das *homepages* institucionais.

3.3.3 Os significados composicionais do enquadramento/*framing*

Em relação ao enquadramento/*framing*, destacamos que se trata de um elemento composicional de grande importância como afirmam Kress e van Leeuwen (2006). O termo indica que os elementos em um texto visual estão representados como identidades separadas ou que se relacionam. Sobre os recursos de estruturação, enquadre, os elementos ou grupos de integração do espaço nas composições podem ser desconectados ou conectados entre si. Quando uma imagem possui uma estruturação fraca, significa que seus elementos estão interligados em um fluxo contínuo através de cores e formas semelhantes, vetores conectivos, o que evoca um sentido de identidade de grupo. Entretanto, se a estruturação de uma dada imagem for forte, haverá diferenciação entre os seus elementos, marcada por contrastes de cores e de formas, o que imprime certo sentido de individualidade à imagem mostrada.

Em outras palavras, a ausência de enquadramento reforça o sentido de integração e identificação de um elemento com o grupo do qual faz parte e a presença de enquadramento lhe confere o sentido do individual, do diferencial. Se pensarmos em uma foto de família ou de um grupo de amigos, teremos uma fraca estruturação, ao passo que se tivermos diversas fotos 3x4 ou 5x7 postas uma ao lado da outra em um mesmo espaço composicional, teremos o sentido do individual, portanto, uma forte estruturação.

Ao que nos interessa devemos ressaltar que essas estruturas visuais (valor informacional, saliência, enquadramento/*framing*) não são elementos neutros que simplesmente reproduzem estruturas da realidade; ao contrário, são decorrentes de interesses das instituições sociais nas quais circulam, produzindo, desse modo, imagens da realidade. Ao produzir essas imagens, o usuário/produzidor realiza um processo de construção de um signo, no qual coloca conjuntamente “significantes”, tais como localizações informacionais, cores, perspectiva e traços, e significados em um novo signo. As estruturas visuais são, portanto, signos semióticos ideológicos.

Nessa perspectiva, Kress e van Leeuwen (2006) buscam fornecer inventários das estruturas composicionais que têm se transformado em convenções na semiótica social do visual, investigando como tais estruturas são utilizadas por produtores contemporâneos de imagem para produzir significados. Contudo, cabe destacarmos o fato de que nem sempre o sentido construído a partir dessas relações composicionais do texto visual está intrinsecamente no texto.

Para Kress e van Leeuwen (2006), essas relações são motivadas pelo nosso contexto cultural, responsável não apenas por moldar nossa percepção de linguagem, como também de nossa própria definição de seus usos. Nessa perspectiva, a ênfase deixa de estar nas transformações sofridas nos processos de comunicação e passa para a construção de significados. O uso do visual, portanto, para Kress e van Leeuwen (2006), vai variar em diferentes momentos históricos, nas sociedades, grupos sociais e instituições. Cada característica do visual tem sua história e seu cenário, os quais, por serem construídos, podem ser constantemente reformulados. Assim, a representação semiótica é formada por características e potencialidades intrínsecas ao meio e por necessidades, histórias e valores das sociedades e suas culturas.

Em relação a essas variações históricas e sociais do texto visual, discutimos, a seguir, com foco no *design* do visual digital, como os significados são

(re)construídos, entendendo que, no ambiente digital, o curto espaço de tempo tem grande representatividade, especialmente, pelas rápidas mudanças tecnológicas no ambiente do digital e às incorporações dessas mudanças às várias práticas sociais, conforme já expressamos nas considerações iniciais deste trabalho.

No caso das homepages, o *design* envolve mais do que a simbiose de cores, formas, texturas, tons, tamanhos, focos, envolve toda a combinação e integração desses recursos, inclusive dos links, conforme passaremos à descrição.

3.4 Hipertexto: da definição aos elementos constitutivos

Assim como muitos são os estudos sobre gêneros textuais, várias são as áreas do conhecimento que investigam o hipertexto, cujas características salientadas são diferentes, quanto ao conceito, à tecnologia, à função, à classificação, etc. Muitos têm sido os espaços nas discussões acadêmicas sobre o hipertexto, que o elevam à qualificação de instaurador de nova forma de enunciação oriunda do meio digital (XAVIER, 2002); que o compreendem como semelhante ao texto impresso (COSCARRELLI, 2009; RIBEIRO, 2008) ou que o veem como recurso semiótico, caracterizado por linkagens, imagens e sons (ARAÚJO; LIMA-NETO, 2012).

É possível encontrarmos quem defina o hipertexto como diretamente ligado à tecnologia digital, mais precisamente ao ambiente da internet (XAVIER, 2002; BRAGA, 2005; KOMESU, 2005; SANTAELLA, 2008; GOMES, 2007). Há, também, quem defenda que o hipertexto não surgiu com a internet, mas que já existia em meios anteriores à tecnologia digital e coexiste de forma impressa até hoje (POSSENTI, 2002; COSCARRELLI, 2009; RIBEIRO, 2008; ARAÚJO 2013). Nesse sentido, talvez seja ainda muito cedo tentar esboçarmos total compreensão acerca da natureza das convenções que subjazem ao uso, às funções e às classificações do hipertexto. Nas palavras de Araújo (2013, p. 04), com as quais concordamos, “anda longe de ser uma categoria que descanse em paz na cama do consenso acadêmico”. Para Gomes (2007, p. 10), “quando procuramos entender o que é o hipertexto, encontramos certa confusão - e até uma mistura - de suas particularidades linguísticas com sua usabilidade, de sua produção (*design*) com sua recepção (leitura e construção de sentidos)”.

Se não há consenso quanto à natureza, à caracterização, à função e à tecnologia, pelo menos muitos desses estudiosos concordam em relação à origem do hipertexto. Autores como Coscarelli (1999), Santaella (2005), Araújo (2006), Gomes (2011) e Dias (2012) compartilham a ideia de que a primeira descrição sobre o hipertexto surgiu em 1945, quando o físico e matemático Vannevar Bush publicou o artigo *As We May Think*. Nesse artigo, o autor descreveu um sistema de organização de informações armazenadas de forma interconectada, baseado em dispositivos manuais de indexação a partir de palavras-chave, no qual um assunto levaria a outro. Esse sistema foi nomeado de Memex (*Memory Extension – Extensão da Memória*), pois para o autor o pensamento humano não funciona linearmente, mas através de associações, o que agiliza o pensamento e foi assim que ele propôs o funcionamento do Memex e deu origem ao que seria denominado anos depois de hipertexto.

Na verdade, o termo hipertexto foi usado pela primeira vez no início da década de 1960, por Theodor H. Nelson, discípulo de Vannevar Bush, em seu trabalho *A File Structure for the Complex, the Changing and the Indeterminate*, desenvolvido posteriormente em sua obra *Literary Machines* (1993). Para Nelson (1993), denomina-se hipertexto um modo diferente de ler e escrever desenvolvido pela tecnologia da informação. Para o autor, o hipertexto “se desenvolve em forma de árvore e proporciona ao leitor chances de melhor leitura e uma tela interativa”¹³. De acordo com Xavier (2002, p. 24), Theodor Nelson (1993) descreve hipertexto como:

1. Trata-se de um conceito unificado de ideias e de dados interconectados, de modo que podem ser editados sobre o computador.
2. Uma instância com a qual se pode religar as ideias e os dados, evidenciando a dupla vocação do hipertexto: um sistema de organização de dados e um modo de pensar.

Essa associação entre ideias e dados tornou comum a conceituação de hipertexto como metáfora do pensamento, de acordo com Koch (2007). É importante destacarmos, porém que esse sistema de interconexão entre os textos não consegue realizar o que a mente verdadeiramente é capaz de fazer, por mais elaborados e

¹³ Não ensejamos traçar uma trajetória histórica do surgimento e da invenção do Hipertexto. Nesse sentido, sugerimos leituras dos seguintes autores: Nelson (1993), Landow (2002), Xavier (2002); Cavalcante (2004); Komesu (2005), Santaella (2008), Gomes (2011) e Dias (2012).

sofisticados que sejam os hipertextos, podendo ser interpretados como uma espécie de simulação do que se passa na mente humana, ao escrever e ler.

Os postulados de Theodor Nelson (1993) originaram estudos que defendem o hipertexto circunscrito no ambiente digital. Muitas são as definições de hipertexto associadas a essa tecnologia digital. Pierre Lévy (1993, p.33) afirma que o hipertexto

é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos, ou parte de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem ser eles mesmos hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria deles, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira.

Levy (1993) coloca no cerne dessa definição extremamente técnica a ideia de que o hipertexto representa documentos de natureza digital enriquecidos por elementos semióticos (palavras, páginas, imagens, gráficos, sequências sonoras), o que impõe pensar o hipertexto como característica exclusiva da área tecnológica digital.

Nesse mesmo sentido, seguem as ideias defendidas por Xavier (2002, p. 26), para quem os hipertextos são “dispositivos textuais digitais multimodais e semiolinguísticos (dotados de elementos verbais, imagéticos e sonoros)”, disponibilizados na internet, “reticuladamente interligados entre si” em um endereço eletrônico. Xavier (2002) não só estabelece essa relação de exclusividade do hipertexto com o meio digital, “o espaço virtual inédito e exclusivo”, como defende que o hipertexto “é um modo digital de enunciar e construir sentido”. Para o autor, hipertexto

se constitui em mais uma tecnologia de enunciação que possui uma maneira própria de dispor, compor e superpor, entrelaçadamente, em uma mesma plataforma enunciativa – a tela do micro – os recursos semióticos de natureza linguística e não linguística. [...] o modo de enunciação digital efetuado no hipertexto tende a produzir, em seus hiperleitores, percepções jamais antes experienciadas em qualquer outro modo de enunciação analógico (XAVIER, 2002, p. 29)

Partindo da assunção de Xavier (2002) de que o hipertexto constitui uma nova enunciação, questionamos: se pensarmos que os hipertextos são um conjunto de textos interligados, dotados de *links*, elementos verbais, imagéticos, sonoros, essas condições nos autorizam a defendermos a existência do hipertexto exclusivamente digital? E, principalmente: esses elementos nos autorizam a pensar o hipertexto

como um novo modo de enunciação? Partindo dessas indagações, que procuramos responder ao logo desta seção, elencamos alguns pontos-chaves nessa discussão: hipertexto impresso; hipertexto digital; recursos semióticos.

Oportunamente, esclarecemos que, antes da informática, já existiam elementos que podem ser compreendidos como elementos hipertextuais, tais como os sumários, as referências bibliográficas, as notas de rodapé, dentre outros recursos. Em gêneros acadêmicos, artigos, dissertações, teses, por exemplo, há referências, citações, sumários, índices, notas de rodapé ou de final de capítulo, que funcionariam como os *links* do hipertexto.

Podemos também comentar o exemplo da reportagem, publicada em um jornal impresso ou em uma revista impressa. Essa reportagem, caracterizada por diversos recursos semióticos, “quebra” com essa estrutura contínua do texto e direciona-se a ampliação de informações e sentidos para os boxes, as fotos, as legendas, os mapas, os gráficos etc. que compõem todo o corpo da reportagem. Além disso, a própria reportagem estabelece relações com outros gêneros do próprio jornal ou da revista, na qual está veiculada, como o editorial, as cartas dos leitores, os artigos de opinião, etc.

Em relação aos postulados de Xavier (2002), poderíamos ir mais além e afirmarmos que, na perspectiva cognitiva, nenhuma leitura se efetiva em ações isoladas e tampouco pode ser considerada linear. E devemos olhar com ressalva para afirmações do tipo “o modo de enunciação digital efetuado no hipertexto tende a produzir, em seus hiperleitores, percepções jamais antes experienciadas em qualquer outro modo de enunciação analógico” (XAVIER, 2002, p. 29). Todo esse fascínio com que o hipertexto é descrito pode parecer convergir para o entendimento de que uma tecnologia nova simplesmente é capaz de suprimir velhas tecnologias¹⁴, e acaba por desprestigiar toda a importância da escrita, da imprensa, para a história da humanidade.

Para Xavier (2002), cada leitor poderá desenvolver a leitura conforme seus interesses pessoais, selecionando textos com base nos *links* e outros recursos apresentados nessa cadeia tecnológica interligada semioticamente. Para o autor,

¹⁴Então o que dizemos dos inúmeros aparelhos de televisão que se encontram nas salas, nos quartos, nas cozinhas, de grande parte da humanidade?. A nosso ver, embora possamos assistir a programas de TV também pelo computador, convivem juntos nos diversos espaços domésticos televisão e computador. Os jornais e revistas impressos ainda são distribuídos diariamente e semanalmente nas residências de seus assinantes, que podem ter acesso a todo o conteúdo desses mesmos jornais e revistas através da *internet*, no computador, no *smartphone*, no *tablet* etc.

esse caráter flexível da leitura hipertextual condiciona o leitor a determinar os caminhos para a construção de um sentido. O hipertexto é caracterizado, de acordo com o autor, por constituir-se em uma “forma híbrida, dinâmica e flexível de linguagem” que estabelece relações com outras “interfaces semióticas”. Além disso, “possibilita a organização das informações em uma base de dados a partir da qual se pode efetuar uma leitura necessariamente não linear”.

Acreditamos, porém, que esse caráter flexível de leitura não é exclusivo do hipertexto digital, mas é inerente aos textos de uma forma geral, em que o leitor pode trilhar seu próprio percurso de leitura, com saltos que denotem escolhas de interesse e de objetivos. Diferentes leitores estabelecem formas, de igual modo, também diferentes de percursos de leituras, independente do meio em que este texto circule, seja digital seja impresso.

Nesse sentido, devemos compreender que a não linearidade do hipertexto não está baseada em como os hipertextos estão estruturados, mas em como esses hipertextos são acessados, por meio de blocos, e isso também se faz presente no texto impresso. Braga (2005), para quem a tecnologia digital é a grande responsável pela construção do hipertexto, ressalta que a escrita do hipertexto digital mantém relações muito próximas com o texto impresso.

[...] a organização estrutural do hipertexto recupera e expande formas de relações inter e intratextuais já exploradas nos textos impressos, principalmente os de natureza acadêmica. Os recursos de escrita, como por exemplo, as notas de rodapé, as referências feitas a outros textos ou as conexões explicitamente indicadas – que convidam o leitor a adiantar ou voltar atrás na leitura de um texto específico- desempenham uma função próxima daquela a ser preenchida pelos links digitais (BRAGA, 2005, p. 146).

Essa concepção, que se configura em contra argumento gerado pela própria autora à sua pesquisa, advoga a favor da ideia de que precisamos entender que as relações hipertextuais vão além de expansões ou relações secundárias e devem integrar o texto como um todo, na construção de sentidos, em uma sistemática de ocorrências de diferentes modos e recursos semióticos. Araújo (2006, p. 191) ressalta esse caráter de co-ocorrência com um traço integrador das múltiplas semioses presentes no hipertexto

não entendo o hipertexto como um espaço onde uma semiose X concorre com uma semiose Y, pois nem a escrita nem o som ou qualquer outro elemento semiótico estabelece hierarquia no hipertexto, posto que eles não

concorrem, mas co-ocorrem ou co-existem como estratégias de geração de sentidos.

Essa definição nos parece adequada para o que pretendemos estabelecer em relação à análise das características multimodais e hipertextuais do gênero *homepage* institucional, pois, além de considerarmos a significativa ocorrência desses múltiplos recursos semióticos no gênero investigado, precisamos estar atentos para o *design* desse gênero, tanto no que diz respeito ao leiaute, quanto à organização do conteúdo e à lógica de expressão por meio dos *links*, de modo a compreender o percurso de leitura a serem estabelecidos por meio das características do gênero investigado.

Askehave e Nielsen (2004) consideram o hipertexto como um sistema textual que ativa dois modos diferentes de leitura: o modo de leitura, que basicamente corresponderia à leitura tradicional, de textos impressos, independentemente de se considerá-la como estritamente linear ou não; e o modo de navegação, que permite ao leitor navegar pelo *site* e construir ativamente um percurso guiado pelas escolhas que faz ao clicar ou não nos *links* dispostos e, com isso, ter acesso a outras informações constantes ou não em uma mesma página. Destacamos que essa distinção puramente técnica suscita questões do tipo: Há como separar modo de leitura e modo de navegação? O que caracteriza cada um desses modos?

Para as autoras, os leitores/usuários de textos *web* realizam turnos modais – ora como leitores, ora como navegadores. Esses turnos são circulares, com uma constante alternância entre ler e navegar. Askehave e Nielsen (2004) ressaltam que no modo de leitura, o leitor/usuário usa o texto *web* como se fosse impresso, em que basicamente lê o texto, ao passo em que no modo de navegação, o texto *web* funciona como um meio, explorando suas possibilidades de navegação. Acrescentaríamos que essas possibilidades de navegação são ampliadas pelos *links*, elementos hipertextuais presentes no ambiente digital.

De acordo com Coscarelli (2009, p. 552), esses modos de leituras certamente trazem “mudanças no comportamento e no pensamento do leitor e no produtor de textos”. Ressalta, porém, que essas mudanças não devem ser vistas como uma substituição das habilidades que o leitor precisa ter para lidar com o texto impresso, por outras que serão exclusividade do meio digital, mas uma ampliação daquelas. Como afirma Ribeiro (2008, p. 179), com base em uma pesquisa sobre leitura de jornais impressos e jornais digitais, as dificuldades de leitura em relação aos

hipertextos digitais e impressos “não parecem estar na máquina, nem na interface, mas na falta de uma habilidade leitora que poderia ter sido desenvolvida em qualquer suporte, a qualquer tempo entre as séries escolares iniciais e o começo da vida universitária”.

É certo que a velocidade desse novo meio necessita de uma instrumentalização que permita ao indivíduo entender que essas relações se modificam em um ritmo bastante rápido. Ao mesmo tempo, não é o conhecimento técnico que parece garantir essa compreensão. E mais: pensar que esse dinamismo natural ao hipertexto é uma vantagem sobre os textos impressos parece-nos uma valorização demasiada.

Tudo isso nos leva a crer que também devemos, sim, reconhecer que a tecnologia digital proporcionou ao hipertexto maior velocidade de acesso, um volume infinitamente maior de documentos disponíveis e de associações, em uma mesma mídia, entre textos, imagens e sons. Contudo, isso não significa que o hipertexto digital tenha causado toda uma revolução linguística ou mesmo que configure em uma nova forma de enunciação. Antes, pensamos em modos de composição, em que se agregam recursos multimodais e elementos hipertextuais na construção de novos gêneros textuais.

3.4.1 Links: elementos constitutivos do hipertexto digital

Os elementos constituintes do hipertexto que subsidiam o espaço em que ocorre a produção de significado são os *links*, os nós hipertextuais, os percursos, a navegação e a combinação de elementos semióticos, conforme Gomes (2007). Neste estudo, mencionamos apenas dois desses elementos especificamente: os *links* e as âncoras, que serão tratados como indistintos na caracterização dos recursos hipertextuais do gênero textual *homepage* institucional.

Autores como Codina (1998), Gomes (2007) e Hissa (2009) reconhecem distinção entre *links* e âncoras. Essa distinção está baseada na concepção de que os *links* são unidades básicas do hipertexto, unidades de ação do usuário, que os explora e os avalia a partir do contexto em que se encontram. Já as âncoras são responsáveis pelo acionamento dos *links*, são os pontos de ativação e destino e “costumam aparecer para o leitor por meio de alguma convenção gráfica, alterações

nos atributos do texto, tais como sublinhado ou negrito, ou por meio de mudanças na forma do cursor do mouse¹⁵ (CODINA (1998, documento *on line*)

Hissa (2009) comenta que as âncoras são elaboradas com o objetivo de ativar a curiosidade dos usuários e chamar sua atenção para percorrerem os caminhos ali indicados. Gomes (2007) também compartilha dessa ideia ao afirmar que acionar os *links* somente é possível, graças à presença das âncoras, pontos de ativação e destino desses *links*. Para o autor, enquanto as âncoras são a parte visível, elaboradas com um leiaute multimodal, os links são invisíveis, são os saltos imperceptíveis nos textos no ambiente digital.

Contudo, ainda que julguemos essa distinção entre *links* e âncoras, apresentadas por Codina (1998), Gomes (2007) e Hissa (2009), pertinentes na abordagem sobre o tema, não a adotamos nesta pesquisa e optamos por utilizar, conforme a maioria dos estudiosos, a terminologia *link ou links* para fazer referência tanto aos saltos, invisíveis aos olhos, como aos pontos de ativação, recursos multimodais perceptíveis no texto.

Ressaltamos que os *links* não são específicos da página inicial de um *site*, mas caracteriza a própria *web*, que assume a definição de uma imensa rede que se interconecta. Como unidade funcional, os *links* relacionam textos ou unidades de textos a outros, estabelecendo uma conexão. De acordo com Marcuschi (2001), são ligações ou nexos constituídos por itens lexicais, sintagmas ou ícones ou elementos ressaltados num texto que servem para fazer conexão ou estabelecer os nexos.

Embora todos os *links* sejam ativados da mesma maneira, envolvendo o mesmo ato de clicar em uma palavra ou em um ícone destacado que levam a um novo texto ou informação, esses elos virtuais possuem distintas tipologias, assim como formas de apresentação, localização, comportamento, que podem variar conforme a organização e estruturação de cada hipertexto digital. Nesse sentido, constatamos a necessidade de descrever os *links*, suas características, sua formação, tipos de conexões e os significados, já que tratamos da organização, da distribuição da informação, da composição da informação que caracterizam o gênero textual *homepage* institucional.

¹⁵Texto Original: Los anclajes de un nodo suelen ponerse de manifiesto para elector a través de alguna convención gráfica, típicamente mediante iconos, alteraciones en los atributos del texto, tales como el subrayado o la negrita, o mediante cambios en la forma del cursor.

A literatura apresenta diversos estudos sobre a classificação dos *links*, nas áreas de Informática, Semântica e Linguística. Optamos por apresentar a proposta elaborada por Hissa (2009), por constituir um estudo na área da Linguística, que traz uma mescla entre as categorias e tipologias exploradas por Parunak (1991), Baron (1994) Harrison (2002), Codina (2000) e Orihuela (2008), estudiosos do assunto que levam em consideração diferentes e importantes características dos *links*

Quadro 3 – Critérios para análise dos links propostos elaborada por Hissa (2009)

Classificações dos links
1. Tipos de morfologias: textuais (textos) e gráficas (ícones, mapas, imagens, vídeos)
2. Lugar de conexão: links internos e <i>links</i> externos
3. Modo de apresentação dos links em tela: explícitos, ativos, visitados e predeterminados
4. Comportamento dos links: fixos e móveis
5. Modo de permutação das páginas: substituição e superposição
6. Percurso que oferecem: lineares ou não lineares
7. Localização na página: superpostos ou implicados
8. Acréscimo de informação: de expansão, de referência e de nota informativa
9. Função que executam: <ol style="list-style-type: none"> a) Navegacional (de orientação e organização) -> links sequenciais que ordenam trajetos de leitura: mapas, sumários, índices, listas, visitas guiadas, logotipo, ícones b) Informacional (de conteúdo) -> <i>links</i> que estabelecem relações associativas entre palavras, proposições e conceitos. Estas relações podem ser semântica, pragmática e retórica. c) De realce: <i>links</i> que expandem a informação sobre o <i>website</i> -> mapas, sumários, resumos, ajuda, índices.
10. Tipo de relação estabelecida entre os links: <ol style="list-style-type: none"> a) Estruturais: estabelecem coesão, níveis de linkagem, profundidade, tipos de navegação – vertical ou horizontal – hierarquização. Facilitam a navegação -> mapas, sumários, listas, ícones, tabelas. b) Semânticos: estabelecem geração de sentido e podem ser divididos em referenciais e associativos. <ul style="list-style-type: none"> • Referenciais: autor-> bibliografia; sumário, revisão, citação, exemplo, links relacionados; guia do usuário; links de semelhança -> Saiba mais, Veja também. • Associativos: causa e efeito; ideia geral e particular; conceito, definição e ilustração; equivalência e paráfrase; comparação e contraste; termo a ser definido e definição; concordância e refutação.

Fonte: Quadro adaptado de Hissa (2009, p. 109-110)

A proposta de classificação dos *links*, elaborada por Hissa (2009), foi desenvolvida com base em critérios de navegação e informação, cujo objetivo

principal foi “descrever comparativamente dois portais educacionais, do ponto de vista da organização das informações e da navegabilidade”.

Na proposta da autora, os cinco primeiros critérios estão relacionados aos aspectos mais gerais dos *links*, como morfologia, lugar de conexão, percurso, localização e permutação. Os cinco últimos denotam aspectos mais específicos, como tipos de apresentação, comportamento, acréscimo de informação, função e relação. Considerando que a autora analisou dois portais educacionais e a nossa análise está voltada para as *homepages* institucionais, a primeira página do *site* de uma instituição, selecionamos apenas os *links*, que estão diretamente relacionados ao modo de leitura desse gênero, sem enfocarmos o modo de navegação, pois entendemos que, ao abordar o modo de navegação, estaríamos estendendo o foco de nossa análise também ao *site*. Sendo assim, nossa análise dos *links*, elementos hipertextuais, das *homepages* institucionais será desenvolvida com base nos seguintes critérios apresentados por Hissa (2009).

Quadro 4 – Critérios de análise dos *links* das *homepages* institucionais

Classificações
1. Tipos de morfologias: <i>links</i> textuais e <i>links</i> gráficos
2. Tipos de funções ¹⁶ : <i>links</i> móveis e <i>links</i> fixos
3. Lugar de conexão: <i>links</i> internos e <i>links</i> externos
4. Localização na página: <i>links</i> superpostos e <i>links</i> implicados

Fonte: Adaptação do quadro proposto por Hissa (2009, p. 109-110)

Os critérios selecionados foram numerados e serão descritos a seguir, de acordo com Hissa (2009) para uma melhor compreensão, nesta pesquisa, das classificações e descrições adotadas para os *links*, elementos hipertextuais, constituintes e caracterizadores das *homepages* institucionais.

1. Tipos de morfologias

Links textuais: Costumam ser sublinhados e vêm com uma cor e formatação diferentes da do resto do texto. Também pode variar o tipo e o formato da letra, geralmente apresenta-se em forma de sintagma nominal e ou lide.

¹⁶Nesta pesquisa optamos pelo uso da terminologia “Tipos de Funções” no lugar de “Comportamento dos *links*”, empregada por Hissa (2009).

Links gráficos: são aqueles representados por outras semioses que não as formas nominais: ícones, gráficos, botões, imagens, mapas, vídeos, etc.

2. Tipos de funções

Links móveis: Flutuam no site, variando de acordo com a conveniência do autor. O conteúdo do nó é variável, funcionando como um lide, que além de introduzir um tópico, antecipa uma informação.

Links fixos: apresentam-se funcionalmente em um espaço estável e constante no site, o que lhe atribui um caráter estático desses *links* e acabam funcionando como uma espécie de barra de navegação.

3. Lugar de Conexão

Links internos: conectam documentos ou parte deles a outros documentos que estão no mesmo *site*, ou seja, no mesmo hipertexto digital.

Links externos: conectam textos a outros textos que não estão no mesmo site, ou seja, no mesmo hipertexto digital.

4. Localização na Página

Links superpostos: apresentam-se superpostos na página explorada, como os menus, os índices, os sumários, os mapas e costumam ser explícitos. Ao passar o mouse sobre a página, abrem uma nota informativa, que se fecha automaticamente após a retirada do cursor do mouse e depois de cumprir o seu propósito informacional.

Links implicados: apresentam-se como parte do texto ou da imagem e estão embutidos na própria informação, funcionando como uma nota explicativa.

É importante destacarmos que os *links* estabelecem as conexões entre blocos de informações (textos, imagens, outros *links*, vídeos) e fragmentos de informações (palavras e parágrafos). Assim, a relação existente entre os *links* não permite a tessitura única de um texto, mas sim diferentes e várias tessituras estabelecidas pelos modos de leitura e de navegação. Esses percursos de leitura e de navegação que originam a construção através dos *links* nem sempre refletem, de fato, o caminho percorrido pelo leitor, mesmo que tenham sido apresentados

propositalmente pelo autor, como estratégia de marcar seu próprio percurso enquanto autor, seu estilo, sua história, seu lugar de autoria (CAVALCANTE, 2005).

Contudo, como acentua Braga (2005), esses percursos de múltiplas conexões podem ser esperados pelos sujeitos, leitores, os quais, por meio dos *links*, conseguem uma variedade de informações em apenas um meio, em curto tempo, por meio do ambiente digital que pode agregar várias funções, como editar, ler, selecionar, compartilhar textos, ouvir sons, ouvir vozes e/ou músicas e ver imagens e assistir a vídeos.

Nessa perspectiva, a produção de significado por meio dos *links*, sob esse enfoque, não ocorre somente por meio dos percursos de navegação, mas também através da combinação de significados dos elementos semióticos, de forma que o produtor, ao definir as escolhas, transmite suas intenções, seus desejos, ponto de vista e sua visão de mundo. Compreende-se, assim, que o leitor é dinâmico e consciente: ele lê, cria, recria e julga, não é um simples destinatário, ele é co autor, na acepção literal do termo e os recursos semióticos combinados provocam a traem o interesse do usuário/leitor são combinados de forma a atender os propósitos comunicativos do gênero textual.

3.5 Propósitos Comunicativos: dos gerais aos específicos

Nesta pesquisa, utilizamos a definição de propósitos comunicativos, pautada na premissa de que os gêneros realizam propósitos, embora nem sempre de fácil identificação, conforme dito por Swales (1990), na obra *Genreanalysis: English in academic and research settings*, revisada por Askehave e Swales (2001) e Swales (2004). Esse pressuposto tem suscitado contínuas discussões e reformulações da definição do que vem a ser esse fenômeno.

As propostas de reformulações da definição de propósito comunicativo são, conforme discute Askehave e Swales (2001), decorrentes das fragilidades do conceito, centradas na maleabilidade dos gêneros, na multiplicidade de objetivos que os gêneros textuais podem apresentar, nas variações transculturais de nomenclatura e no próprio fato de que os propósitos comunicativos nem sempre são claros. De acordo com Bezerra (2009 p. 465, 466):

nem sempre fica claro o que se quer dizer com a expressão “propósito comunicativo” (*communicative purpose*). Seria ele equivalente a noções

como função ou intenção (do texto ou do autor), por exemplo, ou corresponde mais proximamente a conceitos como objetivo, meta e finalidade? Examinando a literatura a respeito, provavelmente não encontraremos uma definição do tipo “propósito comunicativo é...”, mas apenas alusões diversas das quais podemos tentar inferir uma conceituação (BEZERRA, 2009, p. 465, 466).

Amparados por Bezerra (2009), compreendemos que, embora os trabalhos produzidos sobre esse tema não nos apontem uma definição explícita do que de fato vem a ser propósito comunicativo, certamente devem sinalizar pistas importantes que poderão contribuir e nos ajudar a elencar traços para uma possível definição e descrição dos propósitos comunicativos do gênero textual.

É válido destacarmos que mesmo o conceito de propósitos comunicativos estando amalgamado a todas essas imprecisões conceituais e alvo de reformulações por Askehave e Swales (2001) e posteriormente pelo próprio Swales (2004), suscitando a compreensão de vários outros conceitos como domínio discursivo, comunidade discursiva, contexto, esfera social, dentre outros, diversas pesquisas tem se apropriado de forma bastante produtiva da noção e da função de propósitos comunicativos para estudos dos mais diversos gêneros textuais.

Bezerra (2001), pesquisa de dissertação, assumiu o propósito comunicativo como um fundamento importante no estudo dos traços descritivos da organização retórica de resenhas acadêmicas. Alguns anos depois, Bezerra (2006), pesquisa de doutorado, também se utilizou desse fenômeno linguístico para esclarecer, à luz da análise de gêneros de linha swalesiana, aspectos da constituição e identificação dos gêneros introdutórios em livros acadêmicos, considerando as diversas formas de sua atualização como artefato textual, sua relação com o suporte e o conjunto de propósitos comunicativos.

Sousa (2005, p. 25) sobre a organização textual-discursiva dos anúncios de turismo no Ceará, dentre outras características do gênero, analisou o propósito comunicativo, que conforme defende “o propósito comunicativo é uma questão prioritária, decisiva na hora do reconhecimento do gênero”. Araújo (2006), com o objetivo de desenvolver um conceito para agrupamentos genéricos designado por ele de constelação de gêneros, dentre aspectos como a hipertextualidade e a transmutação do gênero, elegeu o propósito comunicativo como uma das categorias para caracterização da constelação de gêneros *chats*.

Lovato (2010) desenvolveu um estudo da organização retórica de notícias de popularização da ciência, publicadas na revista *Ciência Hoje Online*, considerando,

dentre outros aspectos textuais, o propósito comunicativo do gênero em estudo. Souza (2011) também se apropriou dos estudos acerca dos propósitos comunicativos para investigação de comunidades virtuais de aprendizagem, a partir da qual defende que os propósitos comunicativos influenciaram as trajetórias da produção discursiva, marcadas por diferentes camadas, comunidades discursivas nos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA). Lopes (2013), em pesquisa sobre a natureza multimodal de uma constelação de gêneros cartas, verificou como os princípios da composição visual interagem com os propósitos comunicativos de cada uma das amostras dos gêneros cartas estudadas.

Experiências de pesquisas anteriores, de fato, mostram que o conceito de propósito comunicativo pode ser produtivamente explorado na análise de gêneros diversos. Para tanto, necessário se faz compreender que o conceito de propósitos comunicativos não servirá como um critério básico, único e fundamental para o reconhecimento de um gênero. A exemplo do que fez Bezerra (2001; 2006), Sousa (2005), Araújo (2006), Lovato (2010), Souza (2011), Lopes (2013) e tantos outros estudiosos, precisamos nos apropriar de outros aspectos essenciais da ordem do discurso, do texto, da comunidade, ou mesmo do ambiente etc., para o estudo dos diferentes gêneros.

Partindo desse pressuposto, desenvolvemos esta pesquisa sobre o gênero textual homepage institucional com base na análise dos propósitos comunicativos relacionados aos princípios composicionais (valor informacional, saliência e enquadramento/*framing*) e aos elementos hipertextuais do gênero, no ambiente digital. Nesse sentido, importa destacar que não compreendemos o uso dos propósitos comunicativos como critério imediato e único na identificação e na caracterização do gênero textual, mas como resultados de ações de produção/elaboração que se somam para alcançar determinadas intenções, algumas mais facilmente identificáveis e gerais, outras mais específicas, que carecem de um olhar mais atento e analítico para que possam ser identificadas, consoante as idéias de Askehave e Swales (2001).

Chamamos a atenção para o fato de que, conforme evidencia Biasi-Rodrigues (2007, p. 733), os propósitos comunicativos não podem constituir-se de uma “tarefa limitada à observação do analista”, pois de uma forma ou de outra eles sempre se farão presentes, ainda que não sejam facilmente observáveis. E acrescentamos o fato de que, na análise dos diversos propósitos comunicativos dos gêneros textuais

digitais, diversos fatores deverão ser considerados, dentre eles, os recursos composicionais e os elementos hipertextuais, circunscritos ao ambiente digital.

Fundamentados nessa observação, ressaltamos que os propósitos comunicativos não devem ser compreendidos como um atributo imanente ao texto em si, visto que se trata de um processo de construção social. Não pode também ser considerado com base em uma realidade meramente psicológica, definível como “intenção do autor”, pois, como afirma Bezerra (2009, p. 466), seria “imperativo questionar essa onipotência do autor sobre o texto e sua recepção na sociedade”.

Atrelado à ideia de que os gêneros realizam ações sociais, assumimos nesta tese o pressuposto de que o gênero textual apresenta propósitos comunicativos e não propósito comunicativo, por isso o emprego terminológico no plural. De acordo com o que já explicitamos, algumas dessas ações são mais gerais, o que caracteriza os propósitos comunicativos gerais, e outras são mais delimitadas, isto é, os propósitos comunicativos específicos, conforme descreveremos a seguir.

3.4.1 Propósitos comunicativos gerais

Sobre a análise de gêneros, estudiosos como Bhatia (2001), Swales (1990), Askehave e Swales (2001) ressaltam que o propósito comunicativo geral é o traço linguístico mais significativo e, por conseguinte, o analista de gênero deveria considerar esse traço como o mais relevante em suas pesquisas relacionadas ao reconhecimento de gêneros textuais. Fica clara, portanto, a ênfase dada à grande importância desse aspecto generalista para o reconhecimento de um gênero textual.

Em decorrência disso, surgem várias questões, como i) o fato de que um gênero partilha de um ou mais propósitos comunicativos, manifestados ou não de forma explícita; ii) a assunção de que diversos gêneros podem também realizar os mesmos propósitos comunicativos; ou, ainda, iii) a forma, o conteúdo e o estilo associados unicamente ao propósito comunicativo pode não corresponder a critérios e reconhecimento e análise de gêneros, por se tratar de uma ação apenas psicológica, formal, ou cognitiva. Nas palavras de Askehave e Swales (2001), coexistem gêneros que apresentam os mesmos propósitos, porém são diferentes em termos de aspectos formais, de organização textual, assim como existem outros gêneros idênticos ou quase idênticos com propósitos comunicativos totalmente diversos.

Nesta tese, defendemos que o gênero textual é social e multimodal por natureza. Por isso, procuramos não arredar da concepção de que o reconhecimento do propósito comunicativo geral nos gêneros vincula-se também à identificação da funcionalidade mais geral de um gênero. Desse modo, esse reconhecimento está diretamente relacionado à ocorrência de um gênero em meio social, ou seja, os indivíduos identificam-no de forma sócio comunicativamente.

Para nós, o estudo dos propósitos comunicativos gerais dos gêneros é necessário, porém não podemos considerá-lo um critério exclusivo e suficiente de investigação e entendimento de determinado gênero. Askehave e Swales (2001) e Swales (2004), alertam para o fato de que se o foco da análise de um gênero for somente o propósito comunicativo geral, haverá a exclusão de todas as outras intenções comunicativas que o produtor pretende repassar por meio desse gênero, acarretando em uma compreensão, por sua vez, restrita e, por conseguinte, a construção de sentido desse(s) gênero(s) analisado(s) será comprometida.

O mínimo de sobriedade teórica, entretanto, precisa ser levada em consideração nesse aspecto, já que, como esclarecem os próprios autores, há situações em que podem ocorrer diferenças relacionadas à identificação dos propósitos comunicativos até entre membros especialistas de uma determinada comunidade discursiva. Além disso, devemos considerar que os membros de uma comunidade discursiva podem não estar absolutamente de acordo com os propósitos de um determinado gênero e reorientar a sua finalidade. Nessa perspectiva, Biasi-Rodrigues e Bezerra (2012, p. 731) afirma que “o propósito comunicativo é mantido, não de forma predominante ou evidente, mas como um critério privilegiado em função do resultado da investigação sobre o gênero”.

Askehave e Swales (2001; 2009) apontam que o estudo do propósito comunicativo geral como ponto de partida para a análise de um gênero se faz importante e necessário, ainda que não seja um critério suficiente para comportar uma identificação ampla e complexa de gêneros. Araújo (2012) também compartilha esse pensamento. Os autores ressaltam ainda que, na literatura linguística sobre o estudo dessa categoria linguística, há o apontamento de que esse critério se mostra como evasivo, multifacetado e complexo.

A abordagem do propósito comunicativo geral como único e mais relevante no estudo de identificação de gêneros não abarca a dinamicidade e o surgimento de novos gêneros, especialmente em relação ao ambiente digital, olhar que focalizamos

neste momento e que nos autoriza essa afirmação. Partindo dessa perspectiva e considerando o teor de complexidade do próprio conceito de propósitos comunicativos, priorizamos também o estudo com base nos propósitos comunicativos específicos.

3.4.2 Propósitos comunicativos específicos

A análise dos propósitos comunicativos específicos possibilita um maior avanço no entendimento de um gênero, pois pode permitir a particularização desse gênero em relação a outros gêneros que venham a ter um possível parentesco referente à organização estrutural ou à funcionalidade. Parece-nos que essa necessidade de estudarmos os propósitos comunicativos específicos dos gêneros ainda não adquiriu sua devida importância e não foi levada em consideração por muitos analistas de gênero.

Em outras palavras, não restam dúvidas de que esse aspecto dos propósitos comunicativos específicos não tem ainda a prioridade necessária na identificação e análise de gêneros. O que verificamos em relação a essas análises, seguindo a afirmação de Bisasi-Rodrigues e Bezerra (2012, p. 232), “é que, muitas vezes, se reconhece à primeira vista um propósito do gênero, de caráter mais geral, que permite reunir um conjunto de práticas desse gênero numa mesma classe” e terminamos por não buscar as ações mais específicas desse gênero, pela dificuldade de identificá-las, pela forte associação às intenções particulares de seus autores, produtores do gênero ou os controladores de sua produção e circulação.

Reivindicamos que, para a análise do gênero, sejam analisados não somente os propósitos gerais, mas os de ordem mais específica, que entendemos aqui como sendo aqueles que diretamente estão relacionados ao propósito comunicativo geral, mas por sua especificidade podem permitir ao pesquisador elencar ou esquadrihar as ações de um gênero ou de uma amostra de gêneros em um contexto de comunicação social e assim compreendermos o gênero de forma mais aprofundada.

Destacamos que os propósitos comunicativos específicos não se dão aleatoriamente nem sem a tentativa de atingir uma determinada pretensão do produtor de gêneros, apesar de constatarmos que há pesquisadores que abordam o estudo do propósito comunicativo geral como sendo central para a análise de gêneros, como afirmam Askehave e Swales (2009, p. 228).

Em relação a esse fenômeno aqui tratado, ressaltamos também a nossa opção pelo uso da terminologia “propósitos comunicativos específicos” em vez de “repropósitos”. Compartilhamos das ideias de Lopes (2013, p. 71), para quem repropósito “não parece representar a noção de que há novos propósitos inseridos nos gêneros, mas, possivelmente, a concepção de que eles estão, apenas, reafirmando o que foi dito no propósito comunicativo geral”. Ainda segundo a autora,

o termo “repropósito” pode representar uma releitura do propósito comunicativo geral de determinado gênero, sendo possível a afirmação de que esses repropósitos designam somente uma possível “paráfrase” do propósito comunicativo geral, sem acréscimos de caráter informativo e axiológico (LOPES, 2013, p. 71).

Nesse sentido, utilizar propósitos comunicativos específicos em nossa análise sobre o gênero textual homepage nos parece englobar, de forma mais particular, a cadeia de propósitos diversos que os gêneros manifestam, em vez de somente reafirmarmos os propósitos comunicativos gerais. Compreendemos essa cadeia de propósitos com base em uma hierarquização de intenções do gênero, em que alguns desses propósitos se tornam mais evidentes que outros, ou seja, mais facilmente perceptíveis e explícitos.

Destacamos, ainda, que não buscamos aqui atribuir ou atrelar o papel do propósito comunicativo ao de pesquisador e/ou analista do gênero, mesmo porque independente de esse gênero estar ou ser submetido a uma apuração, investigação de suas intenções, os propósitos não estarão ausentes. Segundo Biasi-Rodrigues (2007, p. 733), os propósitos comunicativos não podem constituir-se de uma “tarefa limitada à observação do analista”, pois, de uma forma ou de outra, eles sempre se farão presentes, ainda que não sejam facilmente observáveis.

Outro fato a ser destacado é que não podemos confundir a noção de propósitos comunicativos específicos de um gênero, com a de intenções particulares de seus autores, embora concordemos com os apontamentos de Biasi Rodrigues e Bezerra (2012, p. 236), ao esclarecer que as intenções “particulares” não correspondem univocamente ao conceito de propósito comunicativo. Cabe destacarmos que na concepção do autor os propósitos comunicativos específicos existem, de fato “lado a lado com os propósitos “socialmente reconhecidos”, e poderão ser mais ou menos bem sucedidas na realização de um dado exemplar de gênero, mas diversos outros fatores deverão ser considerados”.

Em relação ao estudo das *homepages* institucionais, esses fatores a serem considerados vão desde o ambiente digital, à composição textual aos elementos hipertextuais, categorias importantes na análise desse gênero que se somam às de propósitos comunicativos. As incursões aqui apresentadas foram necessárias na tentativa de esclarecermos que, mesmo cientes da árdua tarefa de estabelecer os propósitos comunicativos de um gênero textual, estes revelam-se como um critério significativo, de grande valia e que, mesmo diante de tamanhas críticas, pode colaborar para excelentes resultados de investigação genérica da *homepage* institucional ou de outros gêneros a que se pretenda.

4 PROPOSTA TEÓRICO-METODOLÓGICA DA PESQUISA

A pesquisa é um processo de construção de um caminho que busca compreender uma dada realidade ou um objeto de estudo, apoiado em determinados pressupostos teóricos e epistemológicos, e, por isso, não constitui um processo neutro. Neste capítulo, apresentaremos a trajetória metodológica que conduzimos para a realização deste estudo; descreveremos o tipo de pesquisa e definiremos os passos para a coleta e o tratamento dos dados, tomando como base os pressupostos teórico-metodológicos propostos por Bhatia (2004) para a análise de gêneros.

4.1 Caracterização do Tipo de Pesquisa

Esta investigação consiste em um conjunto de métodos através dos quais descrevemos e analisamos o objeto deste estudo: o gênero textual homepage institucional de universidades federais. Desenvolvemos um estudo descritivo, com abordagem qualitativa e incursões quantitativas, partindo da ideia de que o conhecimento é fundamentado na experiência, levando-se em conta princípios que explicitam a generalização que deriva de observações de casos da realidade.

Entendemos que a pesquisa qualitativa desempenha um importante papel entre as várias possibilidades de estudarmos a homepage institucional e sua relação com os usuários intuitivos e especialistas (leitores e produtores), tendo em vista que essa abordagem trata dos fenômenos subjetivos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas nos vários contextos e múltiplos ambientes.

André (1995) defende que a pesquisa qualitativa observa o fato no meio natural, por isso, conforme lembra o autor, é também denominada naturalística por alguns teóricos. Diante de tais postulados, optamos por desenvolver uma análise qualitativa descritiva dos recursos multimodais, elementos hipertextuais e propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional de universidades federais.

4.2 Procedimentos Teórico-Metodológicos de Coleta e Análise dos Dados

Neste estudo, focamos a homepage institucional com base no modelo de análise de gênero de Vijay Bhatia (2004), por entendermos que atende a nossos interesses de pesquisa, mesmo que esse modelo tenha sido elaborado a partir de gêneros do mundo dos negócios e do mundo jurídico. Nesse sentido, desenvolvemos associações da proposta de análise de gênero (BHATIA, 2004) aos estudos da multimodalidade (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; VAN LEEUWEN, 2005; KRESS, 2010; LIMA-LOPES, 2012), da hipertextualidade (COSCARELLI, 1999; 2009; RIBEIRO, 2008; ARAÚJO; LIMA-NETO, 2012) e dos propósitos comunicativos (ASKEHAVE; SWALES, 2001; SWALES, 2004; BEZERRA, 2009; BIASI-RODRIGUES; BEZERRA, 2012), reconhecendo que esses traços são importantes na caracterização do gênero textual digital, especialmente da homepage institucional de universidades federais.

Bhatia (2004) postula três funções de orientação científica para uma análise de gêneros: Linguística, Sociológica e Psicológica, as quais são relevantes para uma investigação multidisciplinar dos gêneros, podendo ser adaptadas de acordo com a linha de pesquisa do investigador. Entretanto, nenhuma dessas orientações consegue, sozinha, dar conta de definir e caracterizar o gênero textual.

Ressaltamos, nesse sentido, que a orientação linguística assume grande importância ao privilegiar o estudo dos traços linguísticos, com a análise do registro, dos aspectos linguísticos, porém, conforme Bhatia (1993), essa perspectiva torna-se insuficiente por tratar apenas da superfície linguística. As análises estritamente linguísticas do gênero revelam pouco sobre a verdadeira natureza dos gêneros e sobre como os propósitos sociais são cumpridos nos gêneros e por meio dos gêneros, nos contextos em que são usados.

Em relação à orientação sociológica, por sua vez, essa possibilita a compreensão de como um determinado gênero define, organiza e comunica a realidade social. Nesse tipo de análise, conforme Bhatia (1993), o gênero deve ser considerado como um contínuo processo de negociação no contexto de questões como papéis sociais, propósitos, preferências profissionais e organizacionais. Os estudos sociológicos podem, pois, tornar-se mais atentos aos usos que são feitos dos recursos linguísticos para fins sociais, ao passo que os analistas podem

adicionar a abordagem sociológica às interpretações do uso da língua em contextos acadêmicos e profissionais.

Com vistas à orientação psicológica, destacamos que focaliza os aspectos táticos ou estratégicos da construção do gênero, que se referem às escolhas estratégicas individuais que o usuário/produzidor faz, a fim de tornar a sua escrita eficaz e alcançar seus propósitos comunicativos ou intenções reais. A seleção dessas estratégias considera vários fatores: especificidades da audiência, meios utilizados, convenções e restrições do próprio gênero em análise. Em relação a essa orientação, Bhatia (1993, p. 21) ressalta aspectos importantes como o fato de que “o propósito comunicativo se reflete inevitavelmente na estruturação cognitiva interpretativa do gênero, que, de certa forma, representa as regularidades típicas de organização dele”.

O autor acentua que essas regularidades devem ser vistas como de natureza cognitiva, porque refletem as estratégias que os membros de um discurso particular ou de uma comunidade profissional costumam usar na construção e compreendem que o gênero alcança propósitos comunicativos específicos. Essa estruturação cognitiva reflete o conhecimento social acumulado e convencionalizado disponível para um discurso particular ou para uma comunidade profissional.

Diante de todo esse arcabouço teórico-metodológico e com base nessas postulações sobre a análise de gêneros, é importante lembramos que muitas pesquisas têm se utilizado desses pressupostos teórico-metodológicos no estudo dos mais diversos gêneros textuais: Sousa (2005) analisou a organização textual-discursiva dos anúncios de turismo com base nos postulados teórico-metodológicos de Bhatia (1993); Bezerra (2006) também se utilizou desses pressupostos para investigar os gêneros introdutórios; Lopes (2008) caracterizou uma colônia de gêneros anúncios, através da análise dos propósitos comunicativos, suportes e estilo, a partir da proposta de Bhatia (1993; 2004). Além disso, citamos, ainda, Moraes (2009) com a análise do gênero homepage de *fanfictions*, orientada também pela teoria de Bhatia (1993).

Entendemos, portanto, que os postulados teóricos/metodológicos de Bhatia (2004) certamente nos possibilitariam incursões importantes na investigação do objeto deste estudo. E assim, optamos por traçar um percurso de análise de gêneros textuais digitais baseado no modelo de Bhatia (2004) que parte das funções de orientação linguística, psicológica e social. Apresentamos, dessa forma, os quadros

resumos das propostas, a partir das quais selecionamos cinco dos sete passos propostos pelo autor, os quais descreveremos a seguir.

Quadro 5 – Sínteses das Propostas de Bhatia (1993; 2004)¹⁷

PASSOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS		PASSOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS	
Passo 01:	<i>estabelecimento do gênero em um contexto situacional;</i>	Passo 01:	<i>estabelecimento do gênero em um contexto situacional;</i>
Passo 02:	<i>levantamento da bibliografia, literatura existente;</i>	Passo 02:	<i>levantamento da bibliografia, literatura existente;</i>
Passo 03:	<i>delimitação da análise do contexto situacional;</i>	Passo 03:	<i>delimitação da análise do contexto situacional;</i>
Passo 04:	<i>seleção do corpus;</i>	Passo 04:	<i>seleção do corpus;</i>
Passo 05:	<i>estudo do contexto institucional;</i>	Passo 05:	<i>perspectiva textual, intertextual e interdiscursiva;</i>
Passo 06:	<i>níveis de análise linguística (subnível 1: análise de traços léxico-gramaticais; subnível 2: análise de padronização textual ou textualização; subnível 3: interpretação estrutural do gênero textual);</i>	Passo 06:	<i>análise etnográfica;</i>
Passo 07:	<i>informação de usuários especialistas do gênero</i>	Passo 07:	<i>estudo do contexto institucional</i>
(BHATIA, 1993, pp. 22-36).		(BHATIA, 2004, pp. 164-168).	

Fonte: Bhatia (1993; 2004)

Ao observarmos os dois quadros, constatamos que Bhatia (2004) mantém a maioria dos passos da obra anterior, com algumas alterações, principalmente, nos passos 5, 6 e 7. Para uma pesquisa ampla de gênero, é necessário, de acordo com o próprio autor, que o analista siga os sete passos interdisciplinares, cuja adoção dependerá do propósito da análise, do aspecto do gênero a ser estudado e do *background knowledge* que o investigador possui sobre o gênero. Esclarecemos,

¹⁷Neste trabalho adotamos a tradução de Sousa (2005, p. 21) em relação aos sete passos propostos na obra de Bhatia (1999, p. 22-36): “1. *Placing the given genre-text in a situational context.* 2. *Surveying existing literature on.* 3. *Refining situational/contextual analysis.* 4. *Selecting corpus.* 5. *Studying the institutional context.* 6. *Levels of linguistic analysis (level 1: analysis of lexico – grammatical features, level 2: analysis of text – patterning or textualization, level 3: structural interpretation of text – genre).* 7. *Specialist information in genre analysis*”. Sobre os passos propostos da obra de Bhatia (2004, 164-168). Adotamos a mesma tradução, feita por Sousa (2005) da obra de 1993, referente aos passos 1, 2, 3, 4 e 7, e traduzimos os passos 5 e 6 para “1. *Placing the given genre-text in a situational context.* 2. *Surveying existing literature.* 3. *Refining the situational / contextual analysis.* 4. *Selecting corpus.* 5. *Textual, intertextual and interdiscursive perspective.* 6. *Ethnographic analysis.* 7. *Studying institutional context*”.

portanto, que não seguimos todos os passos constantes na proposta. Flexibilizamos e adaptamos, de acordo com o nosso objetivo de pesquisa, análise das características multimodais, hipertextuais e dos propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional, tendo em vista as especificidades e a particularização desse gênero.

Para a análise do gênero textual homepage institucional, percorremos os seguintes passos inspirados pela proposta teórico-metodológica de Bhatia (2004):

1. Localização do gênero textual homepage em um contexto situacional;
2. Levantamento da literatura existente sobre gêneros, especificamente sobre o gênero textual homepage;
3. Seleção do *corpus*: três homepages de instituição de ensino superior; cinquenta questionários aplicados com leitores/usuários intuitivos; uma entrevista com *web designer*;
4. Seleção dos níveis de análise linguística: recursos composicionais e elementos hipertextuais;
5. Estudo dos propósitos comunicativos considerando a estruturação, a composição do gênero e o contexto institucional.

A seguir descreveremos os procedimentos para a análise do gênero textual homepage institucional, definidos com base em Bhatia (2004).

4.2.1 Procedimentos para análise do gênero textual homepage institucional

A **localização do gênero textual homepage em um contexto situacional** foi o primeiro procedimento para a análise do gênero. De acordo com Bhatia (2004), para o “estabelecimento do gênero em um contexto situacional”, o pesquisador deve escolher um texto-representante típico do gênero, inserido em um contexto situacional, reconhecido de forma intuitiva por seus usuários. Nessa perspectiva, primeiro selecionamos o gênero textual homepage de universidades federais e observamos as pistas internas desse gênero textual e procuramos verificar o conhecimento dos usuários intuitivos, referente a esse gênero, com base na aplicação de um questionário de pesquisa (APÊNDICE A).

Nesse sentido, foi necessário localizarmos o gênero textual homepage institucional no contexto situacional, levando em consideração as experiências anteriores, as pistas internas no texto e o conhecimento de mundo que nós, na

condição de pesquisadores, possuímos sobre o gênero. De acordo com Sousa (2005, p. 16), nessa fase, “toda e qualquer convenção comunicativa que puder ser associada ao referido gênero, dentro da comunidade em que ele é usado, merece consideração”.

Esse primeiro passo foi importante na realização desta pesquisa, porque a exemplo do que fez Sousa (2005) para a análise do gênero anúncio, também partimos do princípio de que o exemplar analisado, homepages institucionais, constitui um gênero textual digital, identificado e reconhecido socialmente. Contudo, ainda precisamos deixar claro alguns parâmetros que o estabeleçam em relação aos demais gêneros. Além disso, por se tratar de um gênero textual digital, ainda ocorrem discussões que podem confundi-lo com o próprio meio que o abriga, considerando-o um suporte, como o fez Marcuschi (2005).

Em seguida, realizamos o **levantamento da bibliografia, literatura existente**, por compreendermos que o analista deve buscar ferramentas, métodos ou teorias de análises linguísticas, textuais, discursivas do gênero que poderão ser relevantes para o estudo. De acordo com Bhatia (2004), devemos priorizar um levantamento bibliográfico em que, além de evidenciar as pesquisas atuais sobre o gênero, como artigos, monografias, dissertações e teses, o pesquisador reconheça a importância e a limitação dessas pesquisas. Ressaltamos que esse segundo passo da proposta de Bhatia (2004) é inevitável em toda e qualquer pesquisa, e não somente a uma pesquisa de gêneros. Isso porque nos parece impossível desenvolver uma investigação científica sem estudos prévios, levantamentos bibliográficos, fundamentações em estudiosos do assunto.

O passo seguinte foi a **seleção do corpus**, que implicou em definirmos as condições pertinentes para uma seleção satisfatória do *corpus* e da amostra analisados. Cabe ressaltarmos que, para a definição do tipo e tamanho adequados do *corpus* e da amostra, foi necessário escolhermos bem o gênero para que pudéssemos distingui-lo de outros gêneros similares ou intimamente relacionados como as homepages pessoais. Essa seleção exigiu rigor, baseada nos propósitos comunicativos, no contexto situacional no qual ele é geralmente usado, nos elementos linguísticos (verbais e não verbais) e nas características textuais distintivas do gênero.

Foi necessário, também, termos a clareza de que os critérios estabelecidos se relacionam ao objeto de estudo e decidirmos quais os critérios para uma seleção

adequada do *corpus* e da amostra para os propósitos específicos. Em consonância com essas orientações, concordamos com Sousa (2005, p. 18), quando afirma:

A seleção do *corpus* constitui uma etapa extremamente delicada nas pesquisas em geral. Os critérios devem ser rigorosamente seguidos. A escolha dos textos deverá obedecer a critérios previamente definidos, conforme metodologia adotada. Cada pesquisador, contudo, deverá acrescentar à sua proposta características pertinentes ao gênero que será analisado/investigado.

Em relação à amostra, que denominamos, nesta pesquisa, de fonte de análise, selecionamos, pois, as homepages de três Instituições Federais de Ensino Superior, três Universidades Federais¹⁸: Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e Universidade Federal do Piauí (UFPI); as respostas dos 50 (cinquenta) questionários aplicados aos leitores/usuários dessas homepages: estudantes de graduação, de pós-graduação e professores do Ensino Superior de várias áreas do conhecimento: Licenciatura em Letras, Licenciatura em Química, Bacharelado em Computação, Bacharelado em Administração, Bacharelado em Direito (APÊNDICE A); e uma entrevista com um roteiro semi estruturado desenvolvida com um *web designer*, profissional responsável pela elaboração de projeto estético e funcional de *sites* institucionais. É importante reforçarmos que cabe a esse profissional a elaboração do projeto estético e funcional do *site*, ou seja, ele trata do leiaute, da navegabilidade, da Arquitetura de Informação, da Arquitetura de *Design*. Além desse profissional, há vários outros, como o designer gráfico ou artista gráfico, mas, na maioria das vezes, esses participam somente da criação das imagens, das artes, dos logotipos, que formarão as páginas.

Antes de procedermos à coleta das fontes de análise, observamos os *sites* em seu estado de funcionamento. Em seguida, para uma visualização mais geral dos elementos a serem analisados, realizamos a captura de imagem dos elementos constituintes dessas homepages que interessaram a esta pesquisa. A captura se deu em um mesmo período de todas as homepages das 26 universidades, mas somente nos detivemos à análise das três homepages que constituíram fonte desta pesquisa. A captura desse número maior de homepages se deu na tentativa de

¹⁸As universidades são instituições de ensino pluridisciplinares para a formação profissional no nível superior de ensino, com desenvolvimento de pesquisas e extensão. Cabe destacarmos que as universidades podem desenvolver tanto o ensino de graduação, bacharelado e tecnológico, como o ensino de pós-graduação *lato sensu*, especializações, e *stricto sensu*, Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado, nas várias áreas do conhecimento.

observar e comparar e visualizar empiricamente o leiaute, a organização, o tamanho, etc.

Ressaltamos que, para a realização da captura de tela de computador, existem aplicativos especiais que podem criar capturas de forma instantânea de tudo o que houver na tela do computador, em sequência e em tamanho personalizáveis. Esses programas podem selecionar áreas da tela ou janelas específicas e ter opções como rolagem de tela, recorte de imagem, e edição da captura. Para ter acesso a esses programas, alguns já vêm como função do próprio sistema operacional, outros podem apresentar como função do navegador e outros podem ser comprados e instalados no próprio computador. Informamos que para captura de telas, utilizamos o Screengrab, uma ferramenta de extensão do navegador Mozilla Firefox com acesso gratuito. Essa ferramenta pode copiar qualquer porção visualizada na tela ou mesmo salvá-las diretamente para algum diretório desejado no seu computador. A instalação é feita rapidamente, de forma gratuita e dispensa qualquer burocracia.

Após a captura das homepages, observamos o leiaute, os recursos multimodais, os elementos hipertextuais. Procuramos comparar de forma empírica todos esses elementos, para então desenvolvermos a análise de acordo com os pressupostos teóricos que nos serviram de base para este estudo.

Destacamos também que selecionamos as respostas dos questionários aplicados com cinquenta leitores/usuários, estudantes de graduação, pós-graduação leitores da *internet*. Os questionários foram enviados por e-mail a um grupo de diferentes usuários/leitores da internet. Procuramos enviar os questionários às pessoas que conhecíamos e/ou tínhamos alguma aproximação de modo a facilitar o acesso às respostas dos questionários, sem contudo, influenciá-los acerca das respostas. Ao todo foram enviados 80 (oitenta) questionários e obtivemos 63 (sessenta e três) questionários respondidos. De posse dos questionários devidamente respondidos, prosseguimos ao levantamento, leitura e análise das respostas, que culminou com o descarte de 16 questionários, já que esses se apresentavam respondidos de forma incompleta. Aplicamos mais três questionários, com o objetivo de totalizarmos 50 (cinquenta) questionários, totalidade empregada por Sousa (2005) no estudo do gênero anúncio.

Dentre as seis perguntas apresentadas no questionário, ressaltamos que a primeira delas diz respeito à nomeação do gênero: Como você nomeia/denomina

essas páginas a que você teria acesso na internet através dos endereços www.ufc.br, www.ufpi.br, www.ufma.br? Explique por que você utilizou essa denominação/terminologia.

Conforme apresentado na tabela, as respostas dos participantes nos orientaram e mostraram que há uma associação terminológica ao gênero e, sobretudo, às suas funções. Embora, generalizadas essas respostas, todas convergem para a nomeação adequada do gênero, capaz de estabelecer distinções com os demais gêneros textuais digitais.

TABELA 01: Respostas dos usuários leitores intuitivos

TIPOS DE RESPOSTAS	ABSOLUTO	POCENTAGEM
<i>site</i>	18	36,0
página principal	8	16,0
página	8	16,0
homepage	6	12,0
portais	5	10,0
outros	5	10,0
Total	50	100

Fonte: Pesquisa direta

Em seguida, realizamos a entrevista com um *web designer* responsável pela criação de *sites* de instituições, a fim de conhecer como se dá a elaboração, a construção, dessas páginas, para identificarmos que elementos e que conhecimentos da área da Linguística são utilizados para a produção desses textos na área da Linguística.

Após seleção da amostra, procedemos à **perspectiva textual, intertextual e interdiscursiva**. Bhatia (2004) considera que o analista deve investigar os seguintes aspectos: o sentido estatístico do léxico-gramatical; a padronização textual ou textualização; a estrutura cognitiva ou discursiva; e a função intertextual e interdiscursiva. Parece-nos que, devido à tentativa de integrar várias perspectivas à análise de gêneros, como texto, discurso e prática social, Bhatia (2004) acrescenta o estudo cognitivo ou discursivo da estrutura e a análise da função intertextual e interdiscursiva nessa etapa da pesquisa.

Com base nessa orientação, cuidadosamente fomos observando a composição multimodal do gênero, desde as cores, o valor informacional, os enquadramentos, as Saliências. Em seguida fomos identificando os elementos clicáveis e percebendo quais as formas e os direcionamentos de cada um para, então, caracterizarmos a recorrências e suas classificações, conforme demonstraremos nas análises. Analisamos, pois, os seguintes elementos textuais caracterizadores do gênero textual homepage institucional: os aspectos composicionais da multimodalidade e os recursos hipertextuais, a partir dos quais procuramos demonstrar como se integram e funcionam para atingir os propósitos comunicativos do gênero homepage institucional.

É importante enfatizarmos que as análises das características textuais: recursos multimodais, elementos hipertextuais e propósitos comunicativos das homepages institucionais, possibilitaram estabelecermos comparação da lógica organizacional das homepages investigadas, com base na observação da recorrência de determinados recursos presentes nos três casos analisados, procuramos desenvolver observações e comparações empíricas com outras homepages de Universidades Federais Brasileiras (APÊNDICE C), conforme já afirmamos. Procuramos também nos apoiar nas respostas apresentadas nos questionários e nos relatos das entrevistas desenvolvidas com o *web designer*.

Bhatia (2004) acentua que o propósito comunicativo é refletido na estrutura cognitiva do gênero que, de certa forma, representa as regularidades de organização e que essas regularidades devem ser vistas como cognitivas pela sua natureza, porque refletem as estratégias que membros de um discurso particular ou comunidade profissional ou acadêmica usam na construção e entendimento do gênero para realizar propósitos comunicativos específicos.

Para Bhatia (2004), **no estudo do contexto institucional**, as convenções que influenciam na organização textual dos gêneros podem ser entendidas implicitamente pelos participantes de determinada situação comunicativa ou explicitamente seguidas, quando os participantes buscam na literatura existente informações sobre determinados contextos sociais. Sousa (2005) assevera que podemos incluir, nesse passo, o estudo do contexto organizacional, se esse aspecto for visto como se tivesse influenciado a construção do gênero de alguma forma, tornando-se, particularmente, importante se os dados coletados de uma organização o especificam.

Cabe mencionarmos que Bhatia (2004), ao abordar o estudo do contexto institucional, ressalta que uma análise intertextual e interdiscursiva contribui para a construção e interpretação de um determinado gênero, por isso julga-a fundamental. O autor explicita que uma análise de gênero multidimensional e de multiperspectiva trabalha com dados textuais de forma funcional, tratando o gênero como uma reflexão de práticas discursivas de comunidades disciplinares. Sendo assim, justificamos a realização de entrevistas com usuários especialistas do gênero textual homepage institucional, os quais têm experiências significativas referentes ao gênero focalizado e estão inseridos na comunidade produtora. Sendo assim, foi necessário, nesse passo, que tivéssemos o conhecimento suficiente sobre o objeto deste estudo, para que as informações do especialista contrárias às nossas postulações não refutassem nossos pressupostos metodológicos.

Todos esses passos metodológicos apoiados na proposta de Bhatia orientaram e possibilitaram o reconhecimento do gênero textual homepage institucional de universidades federais, de forma efetiva, em meio social, na medida em que puderam ser flexibilizados e adaptados de acordo com as conveniências do objeto deste estudo. Adotamos os pressupostos teórico-metodológicos de Bhatia (1993; 2004), no estudo sobre homepage institucional, pois são bastante significativos para o estudo de gêneros, uma vez que nos possibilitaram ferramentas fundamentais para a identificação e caracterização do gênero textual em enfoque com base em seus aspectos composicionais e a partir dos propósitos comunicativos.

5 A HOMEPAGE INSTITUCIONAL E OS TRAÇOS GENÉRICOS CONSTITUTIVOS

Neste capítulo, mostraremos como os recursos multimodais, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos relacionados à lógica organizacional do gênero servem à caracterização/particularização da homepage institucional de universidades federais. Reconhecemos as inúmeras outras características desse gênero que carecem ser investigadas, porém, para a defesa da tese de que a homepage institucional constitui um gênero textual digital, caracterizado, especialmente, por sua funcionalidade, por sua composição e por seus propósitos comunicativos no ambiente digital, procuramos focar três aspectos de essencial relevância: a multimodalidade, a hipertextualidade e os propósitos comunicativos, relacionados ao ambiente digital do gênero em estudo.

Faremos inicialmente uma incursão sobre a lógica organizacional da homepage, mostrando as principais características que se integram ao *design* para a construção e particularização desse gênero, relacionando-a à composição multimodal orientada pela Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), com ênfase no sistema de valor da informação; no sistema de saliência; e no sistema de enquadramento/*framing*, evidenciando os aspectos contemplativos da Teoria da GDV.

Destacamos que, decorrente do fato de esse gênero ser também marcado pelo ambiente digital, analisaremos os *links* constituintes desse gênero, demonstrando quais os mais evidentes e de que forma estão estruturados na lógica organizacional da homepage institucional, descrevendo-os a partir dos seguintes critérios: tipos de morfologias, tipos de funções, lugar de conexão e localização na homepage institucional.

E, por último, apresentaremos os propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional, com base no pressuposto de que os gêneros textuais realizam propósitos, porém, em alguns casos, de difícil reconhecimento e nem sempre postos de forma explícita, o que nos exigiu, nesta pesquisa, um olhar atento e analítico sobre esse aspecto do gênero em estudo. Cabe ressaltarmos que, ao analisar um gênero, deixar os propósitos comunicativos por último, consoante Araújo (2006, p. 115), não significa reduzi-lo diante dos demais critérios de análise, mas constitui uma forma de reunir dados que permitam atestar a funcionalidade desse

gênero que nos levam a perceber como se dão a combinação e a organização dos elementos multimodais e hipertextuais. Em relação à homepage institucional de universidades federais, acrescentaríamos que significa, sobretudo, conhecer e compreender primeiro os elementos constituintes desse gênero para, então, relacionarmos tais elementos aos propósitos que eles acionam.

5.1 A Lógica organizacional e a composição multimodal na homepage institucional

Na homepage, o visual/gráfico, imagens, vídeos, cores, espaços em branco, *links*, planos, enquadramento, etc., destacam-se em detrimento do estritamente verbal, de forma a promover a integração multimodal do verbal e do visual/gráfico e configurar a lógica organizacional¹⁹ para a realização dos propósitos comunicativos. A lógica organizacional da homepage é guiada pelo fato de ela constituir a primeira página de um *website* e funcionar como porta de acesso às informações que o *site* deseja apresentar.

Sendo assim, considerando o ambiente digital como um dos elementos caracterizadores desse gênero textual, é importante, ao apresentarmos suas principais características, compreendermos as unidades viso-espacial e a ação potencial como aspectos importantes que fazem com que a homepage, além de multimodal e hipertextual, também seja considerada digital, para ação de propósitos comunicativos.

Ao tempo em que a homepage apresenta característica viso-espacial que em muitos casos pode se assemelhar à primeira página de um jornal impresso, possui traços dinamizadores e agilizadores de ações, em que o leitor/usuário muitas vezes age sobre a página e obtém respostas às suas ações digitais. Por meio dos diversos recursos como, barra de rolagem, campo de busca, multiplicidade de *links*, dentre outros, o leitor/usuário é capaz de acionar ferramentas que possibilitam acessar a homepage e/ou o *site*, assistir vídeos, enviar mensagens, etc.

¹⁹A expressão “lógica organizacional”, utilizada por Erhard Friedberg, defende, a propósito da noção de organização, a sua “complexificação” e “relativização radical”, o que implica deixar de “designar um objeto social particular” para “ser englobada numa perspectiva analítica mais vasta, que se interessa pela organização [...] como processo de construção de uma ordem local” (1995, p. 29-30).

A página da internet constitui, assim, uma unidade viso-espacial do sistema digital que utiliza recursos verbais e não verbais que constituem uma justaposição espacial de objetos. A esse respeito, ressaltamos que a página da *internet*, de forma simplificada, possui um *design* gráfico similar a uma página de jornal impressa. No entanto, vai além disso, por sua natureza e pelos recursos multimodais que a caracteriza, como vídeos, *banners* em movimentos, dispositivo de linkagens, em vista da ação potencial que o meio digital lhe proporciona.

Na concepção de Baldry e Thibault (2006), além de constituir uma unidade viso-espacial e apresentar um potencial de ação, a página da *internet* possui uma capacidade de se reorganizar. É possível, por exemplo, dentro de um *site*, mover fisicamente objetos ao redor. Exemplos disso são os *games*, como os de aventura, memória, pintura, dentre outros encontrados em *sites*. É possível também reorganizar uma página fazendo seleções tanto ao passar o *mouse* sobre o objeto, ao clicar no objeto (como no caso dos menus suspensos), como ao dar um clique duplo para selecionar um *link* ou arrastar com o cursor e o *mouse* um objeto.

Ressaltamos, nesse sentido, sob a perspectiva da lógica organizacional da homepage, um quadricêntrico importante, nos quais nos apoiamos para a definição de que a homepage institucional é um gênero textual digital caracterizado pela multimodalidade (diversas modos se integram), hipertextualidade (presença de *links*) e propósitos comunicativos (intenções gerais e particulares) no ambiente digital (*internet*). Esses aspectos encontram-se imbricados em uma relação de ação do gênero e de construção de sentidos.

Não é possível existir homepage sem que ela apresente *links*, que permitam o acesso a outras páginas do *site* ou a outros *sites*. Não podemos conceber a homepage em um formato por mais simples que seja sem a presença da multimodalidade. Todos esses recursos são empregados para a realização de propósitos comunicativos. De forma simples e sem adentrarmos aos conhecimentos técnicos da área da Informática, compreendemos que a homepage é visualizada por meio da tela de um computador, de um *smartphone*, de um *tablet*, ou ainda da projeção de um data *show* etc., que devem ser acessados através de um navegador²⁰, ligados a um sistema operacional, conectado a uma rede de computadores etc.

²⁰ O navegador, também conhecido pelos termos em inglês *web browser* ou simplesmente *browser*, é um programa de computador que habilita seus usuários a terem acesso às páginas da *web*, que

Com base nesse princípio quadricêntrico da lógica organizacional da homepage institucional, ressaltamos que o *design* do visual digital exerce importante função, pois ele organiza, seleciona e orienta a organização dos elementos que constituirão o gênero textual digital. O *design* tem a função de organizar as informações de forma visível, tornando os dados mais acessíveis e compreensíveis, de modo que o leitor/usuário consiga se mover e encontrar seu próprio caminho, a fim de satisfazer suas necessidades pessoais, conforme assevera Portugal (2013).

A lógica organizacional das homepages da Universidade Federal do Piauí, da Universidade Federal do Maranhão e da Universidade Federal do Ceará pode ser considerada, a partir da configuração do *design* do visual digital, como de terceira geração, de acordo com a classificação em três níveis apresentada por David Siegel (1998). Trata-se de homepages que possibilitam, por meio do *design*, uma estruturação e um fácil acesso às informações e aos elementos da página.

Na concepção de Siegel (1998), as homepages de terceira geração são aquelas que, em seu *design*, trazem características de diagramação, tipografia, posicionamento e relacionamento entre todos os elementos da página, a partir das quais o leitor/usuário é guiado na busca de suas informações. Destacamos essa geração não é só caracterizada pelo uso dos recursos tecnológicos, mas, especialmente, por seu *design*, leiaute, que descreve o modo como os recursos semióticos são integralizados para a construção de significados.

Nas homepages de terceira geração, o conteúdo possui lugar de destaque sem que a forma, que caracteriza o leiaute, seja deixada de lado. Há uma preocupação simultânea com funcionalidade e beleza estética, com destaque para um leiaute preciso, harmonia entre as cores, definição da escolha do tipo de letra adequado, uso correto dos gráficos, tempo para carregar cada página, dentre outros. Essas homepages institucionais, cujo conteúdo está associado à funcionalidade e à beleza, servem como ligação às demais páginas que fornecem diversas informações sobre as universidades, incluem vários *links* de acesso a outras páginas ou sites de instituições governamentais e possuem tamanhos variados.

podem ser escritas em linguagens como HTML (abreviação para a expressão inglesa *Hyper Text Mark up Language*, que significa Linguagem de Marcação de Hipertexto), hospedadas em um servidor *web*. O *browser* lê todo o código HTML, cria a página e a transforma em imagem para o leitor/usuário. Os *browsers* mais usuais atualmente são: *Internet Explorer*, *Mozilla Firefox*, *Google Chrome* e *Safari*.

É importante mencionarmos que, embora as três homepages analisadas possuam tamanhos distintos (a da Universidade Federal do Piauí é menor do que as outras duas), a lógica organizacional das três homepages apresenta-se bastante semelhante, cuja quantidade e disposição dos elementos observados evidenciam que se trata de textos visualmente muito informativos, em que o *continuum* de informações é estabelecido pela grande quantidade de elementos visuais que se apresentam, como: espaços em branco; diversas cores e tonalidades; imagens, algumas em movimento (denominadas de *banners*); variações nas cores, no formato e no tamanho das letras; símbolos não alfabéticos, presença de colunas de *links*, dentre outros, conforme podemos observar a seguir nas três homepages institucionais em análise.

Quadro 6 – Tamanho das homepages da UFC, UFMA, UFPI em pixels²¹

Homepage UFC	Homepage UFMA	Homepage UFPI
		
Largura = 944 Altura = 2005 Área (L x A) = 1892720	Largura = 1000 Altura = 1267 Área (L x A) = 1267000	Largura = 783 Altura = 1295 Área (L x A) = 1013985

Fonte: Capturas de telas das homepages da UFC, UFMA, UFPI no ano de 2013.

De acordo com o Quadro 7, as imagens das homepages institucionais revelam um *continuum* de informações com base em princípios formais que evidenciam uma configuração estética e semântica clara das páginas com ênfase comunicativa e atrativa. Essa ênfase está atrelada, dentre outros elementos, ao tamanho das homepages; às cores; às imagens; aos vídeos; aos textos verbais curtos e diretos, organizados, especialmente, em colunas, a maioria separada por campos semânticos demarcados por espaços em branco e/ou linhas horizontais e verticais.

²¹A palavra “pixel” é formada pela junção das palavras “Picture” e “Element” – que em tradução livre significa “Elemento da Imagem”. O pixel é um elemento que pode ser encontrado tanto em imagens quanto em dispositivos eletrônicos. No ramo das artes digitais, ele é o menor ponto de uma imagem. Isso significa que ao ampliar uma imagem, vemos todos os mínimos detalhes em pixels. Os pixels podem ser considerados como células, justamente por serem as menores partes de um todo. Trata-se de um conjunto de “células visíveis virtuais”, que unidos formam imagens (JORDÃO, 2011).

Essa ênfase comunicativa e atrativa também revela um perfil conceitual e institucional que define parâmetros essenciais na construção da textualidade mais adequada para o acesso às informações ali contidas. As informações são apresentadas por meio de diferentes recursos semióticos, dentre eles os *links* textuais e gráficos, fixos e móveis, implícitos ou explícitos, estruturados em colunas diversas. Além disso, evidencia, especialmente, um modelo de tipificação que se apresenta na maioria das homepages das universidades federais, cuja lógica organizacional do texto ocorre com base em uma divisão das informações em linhas verticais e horizontais que se encontram demarcadas, separadas, por espaços em branco retangulares. Esse tipo de organização auxilia muito o leitor/usuário, principalmente os mais leigos, a lerem e navegarem pelo texto, sobretudo de forma vertical, pois assim poderão localizar mais facilmente as informações de que necessitam.

Nesse sentido, a importância da lógica organizacional da homepage institucional, sob a perspectiva do *designer*, deve ser considerada, tendo em vista que o leiaute irá também influenciar em todo o sistema de navegação, de indexação da informação e de compreensão dos elementos apresentados. Se no leiaute a homepage institucional não se utilizar de recursos de diagramação apropriados e um *design* atrativo e compreensível, o leitor/usuário poderá se sentir perdido na busca de informações e desestimulado a continuar a acessar a página.

Quando o *design* da homepage é mal projetado, acarreta uma série de problemas devido à sua sobrecarga informacional que nem sempre possui uma boa qualidade, dificultando a assimilação e contextualização da informação. É importante que a lógica organizacional seja de alto nível, com informações claras e acessíveis, pois, segundo Nielsen e Loranger (2007), o usuário pode deixar o *site* quando sente falta de clareza e confiança ou quando não consegue respostas satisfatórias para suas dúvidas.

Em relação à lógica organizacional das três homepages analisadas, percebemos uma grande preocupação em relação a todos esses aspectos: diagramação apropriada, *designer* atrativo e arranjo compreensível. Também constatamos que foram considerados os princípios de interação, dinamicidade e velocidade, com o uso de recursos essenciais como ferramenta de busca perceptível, *links* visíveis constituídos por imagens, frases, sintagmas nominais curtos, que denotam a composição multimodal do gênero.

As homepages institucionais analisadas assumem em seu leiaute formas típicas que configuram o valor informacional, a saliência e o enquadramento/*framing*, de acordo com as disposições das linguagens verbal e não-verbal. Cada um desses elementos composicionais carrega em si significações diversas que são atribuídas de acordo com a disposição no texto e se tornam complementares, traduzindo a ideia de integração.

O gênero textual homepage institucional é caracterizado por um *design* (leiaute) que segue os princípios da disposição da informação de acordo com a importância temática do conteúdo, com base em uma hierarquia composicional a partir de pontos focais na página. A composição hierárquica da *homepage* institucional revela destaques de determinados recursos semióticos, que se agregam para a construção da multimodalidade textual. A composição multimodal nesse gênero textual digital é marcado pelo valor informacional, saliência e enquadramento/*framing*, conforme descreveremos.

5.2.1 Valor Informacional nas homepages institucionais

As informações que compõem o gênero homepage institucional encontram-se dispostas de forma polarizadas, nos eixos verticais: topo/base; horizontais: esquerda/direita; e no eixo central: centro/margem. Essa disposição polarizada do valor informacional nas homepages institucionais investigadas revela uma tendência composicional desse gênero textual digital caracterizado pelo tríptico (margem-centro-margem), que tanto se manifesta ao longo do eixo vertical (homepages da UFC e da UFMA) e dos eixos vertical e horizontal (homepage da UFPI). Poderemos definir como uma característica de intensa recorrência, considerando que observamos essa mesma configuração em outras vinte e duas *homepages* das Universidades Federais (ANEXO).

A Figura 6 demonstra a distribuição do valor informacional da homepage da UFC, caracterizada pela presença de linhas divisórias que cortam o eixo vertical em centro/margem/centro (tríptico vertical) e o eixo horizontal em esquerda/direita (Dado/Novo). Contudo, embora tenhamos definidos os valores informacionais com base na proposta da GDV, devemos ressaltar que a aplicação dos domínios não

expressa uma relação de adequação relacionada ao que seriam as informações dadas e as informações novas, aspectos que discutiremos posteriormente.

Figura 6 – Distribuição da informação na homepage da UFC



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 28 de outubro de 2013

A composição informacional da homepage da UFMA apresenta-se semelhante à da UFC quanto à sua distribuição nos eixos verticais e horizontais, com a presença do mediador vertical (tríptico vertical). Isso revela que nas duas homepages as informações visuais encontram-se diluídas nos eixos verticais e horizontais com a presença de uma zona intermediária localizada entre os pólos topo/base. Essa zona intermediária demanda uma orientação e favorece um diálogo entre as partes, sem que os elementos periféricos estejam submetidos a um núcleo.

Cabe destacar também que essa composição é determinante na maior das homepages das universidades analisadas empiricamente, o que nos leva a afirmar que há um comportamento e uma estrutura organizacional desse texto que é compartilhada e adotada por seus produtores.

Não obstante observamos que as linhas divisórias adotadas para estabelecer a separação e distribuição informacional das homepages são apresentadas de forma semelhantes nos três casos analisados, embora na homepage da UFMA identifiquemos mais precisamente um organização a partir de caixas de texto, com o intuito de demarcar onde começam e o onde terminam os blocos textuais.

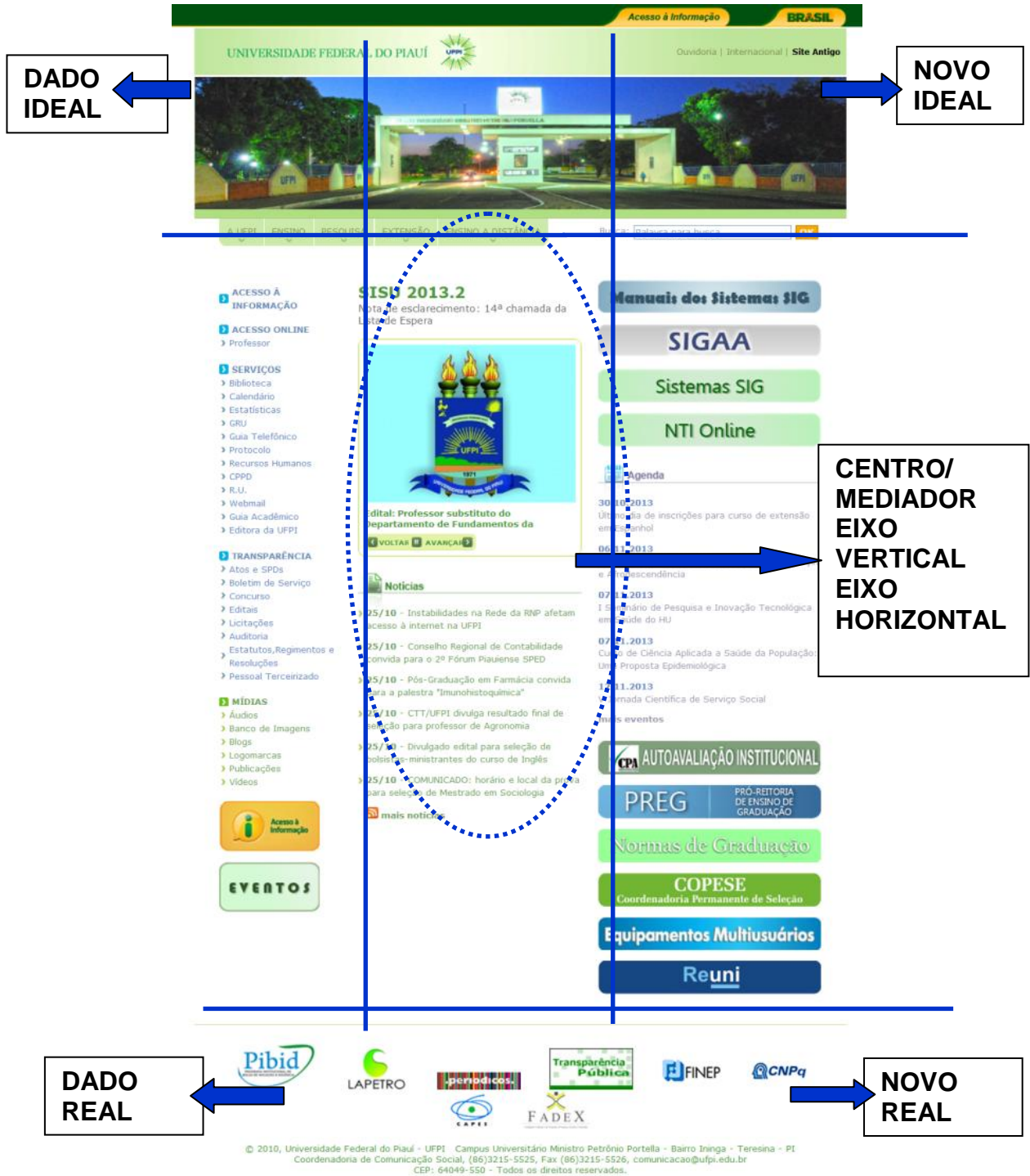
Figura 7 – Distribuição da informação na homepage da UFMA



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

A Figura 8 mostra a composição informacional da homepage da UFPI, que se encontra organizada a partir de linhas divisórias que cortam os eixos vertical e horizontal em centro/margem/centro (tríptico vertical e tríptico horizontal). Se as homepages da UFC e da UFMA são caracterizadas pelo tríptico vertical, a homepage da UFPI apresenta dois trípticos. Isso revela um núcleo composicional decorrentes dos trípticos. Esse núcleo é constituído por uma imagem e *links* textuais em forma de *lide* que conduzem a textos de notícias. Trata-se de *links* móveis, conforme demonstraremos ao tratar da composição e caracterização dos *links*.

Figura 8 – Distribuição da informação na homepage da UFPI



Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

Os arranjos composicionais das homepages investigadas revelam que o modelo de análise da multimodalidade, proposto por Kress e van Leeuwen (2006), ainda que não tenha sido pensado para gêneros textuais do ambiente digital, e, na maioria dos casos, venha sendo utilizado para o estudo dos gêneros textuais impressos, como anúncio publicitário, capas de revistas, tirinhas, murais, dentre

outros, conforme já explicitamos no Capítulo 02 desta Tese, também pode ser aplicado a gêneros textuais digitais. Contudo, há algumas particularidades relacionadas ao domínio do Dado/Novo, que demonstra a impossibilidade de adequação a esse domínio na homepage da UFMA, conforme assegurado por Kress e van Leeuwen (2006).

De acordo com esses quadros das homepages da UFC, da UFMA e da UFPI, gerados com base na proposta de Kress e van Leeuwen (2006) sobre a composição espacial do valor da informação, as linhas divisórias, nos eixos vertical/horizontal com a presença ou não do mediador, observamos que as linhas divisórias são marcadas em sua maioria por espaços em branco, por linhas contínuas e caixas de texto.

A linha divisória que corta o plano vertical, dividindo o texto em uma parte superior e uma inferior, de acordo com Kress e van Leeuwen (2006), estabelece um contraste entre os dois eixos: parte superior, na qual encontramos a informação tida como "ideal"; e parte inferior, a informação de cunho mais concreto, considerada "real". Em relação à linha que separa o plano horizontal, em lateral esquerda e lateral direita, os autores da GDV afirmam que tende a ser organizada da seguinte maneira: no lado esquerdo da composição, concentra-se a informação que os autores chamam de informação "dada", que é a de conteúdo conhecido, familiar; no lado direito da composição, a informação cujo conteúdo é novo para o leitor.

Nos casos investigados nesta pesquisa, no eixo vertical, denominado também de topo-base, constatamos com maior clareza esses traços divisores, expressos por linhas contínuas ou mudança das cores e/ou tonalidades, enquanto que no eixo horizontal, esquerdo-direito, dado-novo, identificamos essa divisão, especialmente, nas homepages da UFC e da UFPI, com demarcação por meio dos espaços em branco, enquanto na homepage da UFMA, além dos espaços em branco, identificamos as bordas e linhas das caixas de texto.

Com base na lógica organizacional topo-base do valor informacional, constatamos que as instituições, Universidade Federal do Ceará, Universidade Federal do Maranhão e Universidade Federal do Piauí, assumem uma posição privilegiada, de destaque, tendo em vista que os nomes e os símbolos institucionais estão localizados no domínio do ideal, na parte superior da homepage. Essa parte

superior da homepage é denominada pelos profissionais da área de informática e internet como dobras, que constituem a primeira tela de conteúdo, sem rolagem.²²

Visualmente mais saliente, o nome em maiúsculo e o brasão²³ institucionais no caso da UFC e UFMA demonstram uma arrumação que prioriza aspectos da visibilidade e de reconhecimento da instituição por parte do leitor/usuário, já que este, ao acessar os *sites* por meio de seus endereços eletrônicos, se depararão logo no início com elementos que identificam claramente a instituição, no caso do nome e símbolos das universidades.

Figura 9 – Domínio do Ideal: nome e brasão da UFC



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 28 de outubro de 2013

²²Trata-se de uma apropriação terminológica que remete à diagramação da primeira página do jornal, que considera a dobra um recurso importante para a exibição do jornal na banca, estando pendurado ao lado dos concorrentes ou encaixado na grade, com outros materiais sobrepostos, passa a ser visualizado o que fica acima da dobra (FAJKARZ, 2013).

²³Brasão constitui um conjunto de figuras e ornatos que compõem distintivo, insígnia, escudo de uma instituição, nação, família, soberano. Na tradição europeia medieval, é um desenho especificamente criado, obedecendo às leis da heráldica - com a finalidade de identificar indivíduos, famílias, clãs, corporações, cidades, regiões e nações.

Figura 10 – Domínio do Ideal: nome e brasão da UFMA



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

Figura 11 – Domínio do Ideal: nome e brasão da UFPI



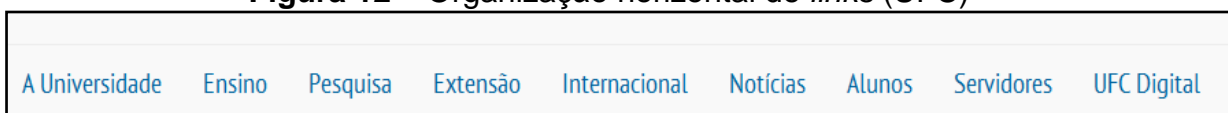
Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

Como podemos observar, os nomes das instituições estão situados no topo: nas homepages da UFC e da UFPI estão localizados no topo da lateral esquerda e o da UFMA está situado mais no centro da página. Contudo, esses destaques não deixam de revelar a grande semelhança que há do valor informacional em relação à apresentação das três instituições nas homepages analisadas. Esse traço é recorrente em todas as homepages institucionais consultadas.

Essa semelhança também está presente no topo da lateral direita, domínio do novo/ideal, em que identificamos a ocorrência de dois *links* idênticos quanto à localização e ao leiaute, os quais direcionam a *sites* governamentais,²⁴ destacado nas imagens. Considerando-se que nos três casos analisados identificamos esses mesmos elementos, procuramos descobrir se essa ocorrência se dá em outras páginas iniciais de universidades federais. A partir daí, constatamos que, das vinte seis páginas de universidades federais dos 26 estados brasileiros, somente na da Universidade Federal do Mato Grosso de Sul – UFMS e na da Universidade Federal de Alagoas – UFAL não havia nenhum dos dois *links*, ao passo que em seis dessas homepages consultadas havia, pelo menos um, e em todas as outras dezoito homepages institucionais havia os dois com as mesmas características, localização, tamanho, cores e formas, que se apresentaram nas homepages investigadas neste estudo.

Em relação ao domínio do ideal, podemos observar também uma organização horizontal de *links* que dão acesso a informações institucionais, relacionadas à estrutura organizacional das universidades, ao ensino, à pesquisa, à extensão, dentre outros.

Figura 12 – Organização horizontal de *links* (UFC)



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 28 de outubro de 2013

²⁴Os *sites* governamentais são: o site da lei de acesso à informação, [Lei nº 12.527](#), sancionada pela Presidenta da República em 18 de novembro de 2011, com o propósito de regulamentar o direito constitucional de acesso dos cidadãos às informações públicas e seus dispositivos. E o site Portal Brasil, site de informação e pesquisas governamentais com milhares de páginas sobre economia, índices, esportes, medicina e saúde, mulher, aviação, referente ao Brasil.

Figura 13 – Organização horizontal de *links* (UFMA)



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

Figura 14 – Organização horizontal de *links* (UFPI)



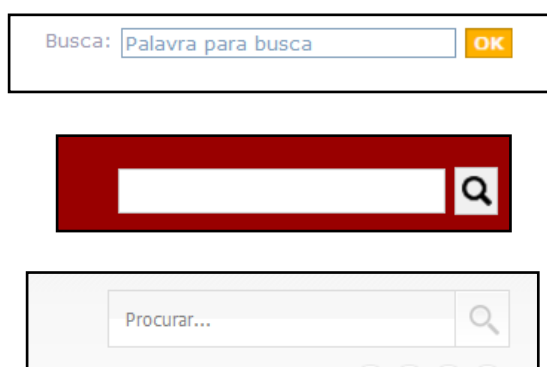
Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

Esse detalhamento de conteúdos, de informações, que está diretamente relacionado à instituição, está localizado na parte superior da página, logo abaixo do nome da instituição, o que sugere que se trata de informações ideais, importantes para quem acessa o *site* da instituição. Destacamos que, em relação à homepage da UFPI, essas informações estão apresentadas no topo, porém recuado à esquerda, ou seja, no domínio do dado, o que leva a afirmarmos, de acordo com as ideias postuladas pela GDV, que se trata de informações presumivelmente importantes e provavelmente conhecidas por quem tem acesso ao *site da instituição*. Além disso, podemos constatar que a semelhança organizacional não está apenas na disposição desses *links*, mas, na maioria dos casos, há uma ocorrência sequencial de conteúdos informacionais: instituição, ensino, pesquisa, extensão, nos três casos analisados.

O primeiro *link* que observamos nessa organização horizontal e hierárquica informacional está relacionado à instituição, representado pelos sintagmas “A Universidade” (UFC), “Instituição” (UFMA), “A UFPI”. Por trás desse recurso se torna explícita a ideia de que não basta apenas exibir no topo o nome e o símbolo das universidades, mas é necessário que sejam apresentadas informações sobre o histórico, a estrutura, a organização, os *campi*, as unidades acadêmicas, a reitora, as pró-reitorias, etc., a fim de atribuir maior visibilidade, potencializar e promover a universidade, além de informar sobre a estrutura organizacional da instituição.

Outro recurso multimodal que se sobressai nesta parte das homepages institucionais é a janela de pesquisa, que consta, no domínio do ideal/novo, do lado oposto ao da apresentação do nome e do símbolo da instituição. Essa janela de pesquisa é recorrente em todas as vinte e seis páginas iniciais das universidades federais, conforme observação empírica realizada. Importante evidenciarmos que, em todas as homepages das universidades federais consultadas, esse recurso encontra-se também situado no topo da lateral direita com uma pequena janela identificada pela terminologia “busca”, “pesquisar”, “procurar” ou simplesmente identificado por uma pequena lupa. Essa ferramenta dá acesso às pesquisas de informações internas, informações constantes no próprio *site*, conforme poderemos constatar:

Figura 15 – Ferramentas de busca presentes nas três homepages institucionais



Fonte: Imagens capturadas de www.ufc.br, www.ufma.br, www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

A ferramenta de busca presente na maioria das homepages, em geral, é de extrema relevância na estruturação do gênero, pois ela oferece ao leitor/usuário agilidade e facilidade na busca de informações. A ferramenta de “busca” é uma parte importante de qualquer grande homepage. Ela deve estar presente de maneira clara e acessível. Em se tratando de homepages de universidades, esse recurso é bastante utilizado para acesso a informações de notícias divulgadas e que não se encontram mais na primeira página.

O importante é que o site, ao utilizar-se desse recurso presente na página de abertura, permita ao visitante encontrar as informações de que ele precisa, seja um leitor/usuário assíduo, que conheça o *site*, seja alguém da comunidade externa que

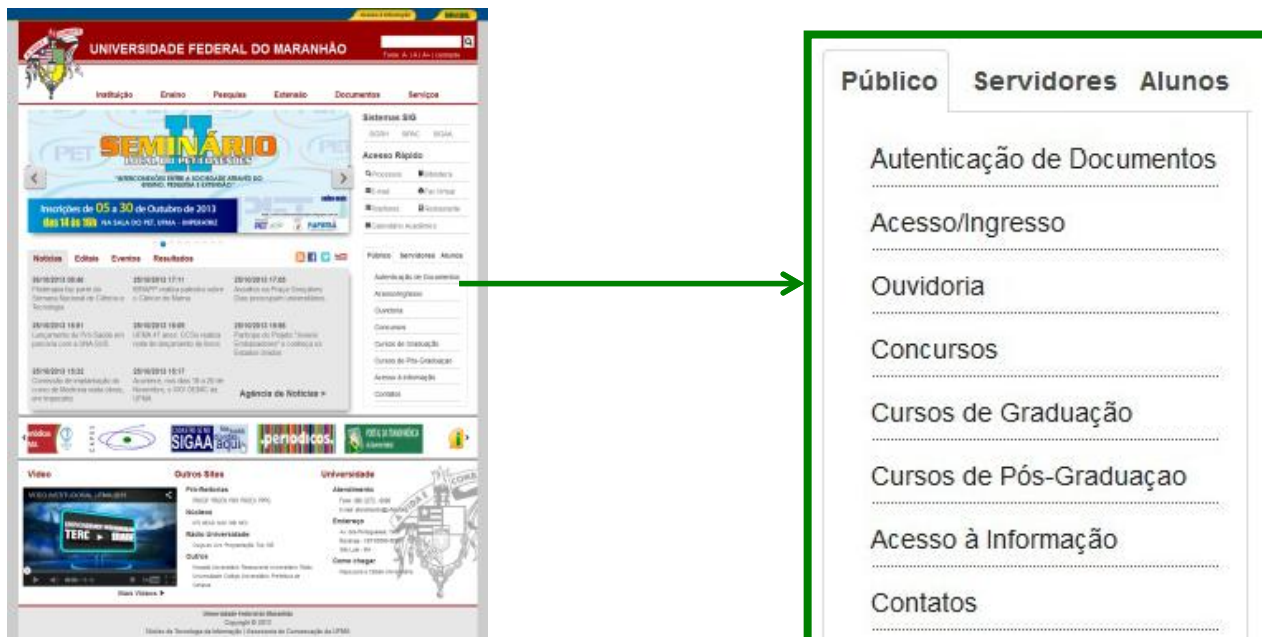
esteja em busca de alguma informação. Um campo destinado à busca que se apresente visível auxilia o leitor mais leigo, que pode pesquisar o assunto desejado.

Constatamos também, no topo das homepages da UFC e da UFPI, a existência do *link* de acesso à ouvidoria, que consiste em um recurso cuja principal função é atender às manifestações e aos interesses dos clientes (estudantes, professores, colaboradores e pessoas da comunidade) de se relacionarem à instituição. A Ouvidoria é um espaço em que o cidadão pode manifestar suas críticas quanto aos serviços prestados, como também apresentar sugestões, solicitar informações ou reclamar de serviços.

Nesse sentido, a ouvidoria assume um papel de mediador entre o cidadão e a instituição. Ao constatarmos que esse recurso está localizado no domínio do ideal, presumimos que as instituições de ensino que se utilizam desse recurso multimodal em suas homepages desejam estabelecer uma relação de aproximação, de vínculo com os indivíduos que se utilizam de seus serviços. Há também, por trás desse significado, a idealização de que a instituição deseja assegurar os direitos do cidadão, que está acessível a críticas e se caracteriza como uma instituição de interlocução aberta ao público.

Destacamos, porém, que, se o *link* de acesso à Ouvidoria nas homepages da UFC e da UFPI estão localizados no domínio do ideal, conforme demonstramos nas Figuras 09, 10 e 11, isso não ocorre com a homepage da UFMA, que optou por situá-lo no domínio do novo (lado direito), junto a uma cadeia de *links* de outra ordem semântica como concursos, cursos de graduação, cursos de pós-graduação, etc. conforme destacamos a seguir

Figura 16 – Ouvidoria (UFMA)



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

É importante enfatizarmos que procuramos observar a localização desse recurso nas outras 22 homepages institucionais que servem a esta pesquisa como fonte de consulta de verificação da recorrência dos recursos semióticos. Constatamos que 09 (nove) das homepages consultadas não apresentam *links* de acesso à Ouvidoria, embora haja outros *links* que possam sugerir essa relação de aproximação entre o leitor/usuário e o *site*, os quais utilizam sintagmas como “Fale com”, “Contatos”, “Comunicação”. Desse universo de 22 homepages, apenas outras três apresentaram o recurso Ouvidoria, localizada no Domínio do ideal. Foram elas: UNIR (Universidade Federal de Rondônia), UFRR (Universidade Federal de Roraima) e UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro).

Se no topo das homepages, ou seja, no domínio do ideal, as semelhanças são facilmente perceptíveis e vários traços são recorrentes, no domínio do real, ou seja, as informações que constam na base de cada uma das páginas analisadas, ocorrem importantes e acentuadas diferenciações. São distinções que vão desde a apresentação e localização das informações até os recursos semióticos empregados. Cabe ressaltarmos que não conseguimos identificar grandes atributos de semelhança na base dessas páginas. Na verdade, as semelhanças são apenas

no que diz respeito à apresentação do endereço das universidades, telefones e mapa de localização, conforme podemos constatar nos destaques seguintes.

Figura 17 – Domínio do Real: Endereço, telefone e mapa de localização (UFC)



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 28 de outubro de 2013

Figura 18 – Domínio do Real: Endereço, telefone e mapa de localização (UFMA)



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

Figura 19 – Domínio do Real: Endereço, telefone e mapa de localização (UFPI)



Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

Determinar uma área na qual os leitores/usuários possam encontrar detalhes sobre a atuação da instituição e contatos no mundo físico como telefone, endereço postal, e não apenas um correio eletrônico, favorece a credibilidade e transparência. Além do endereço das instituições, cada homepage exibe diferentes recursos, como vídeo, *links* gráficos de localização externa e de acesso a rádio e janela de vídeo. A *homepage* da UFMA, além do símbolo da instituição ao fundo, por meio de uma mancha d'água, exibe uma janela de um vídeo institucional com duração de 15 minutos e 17 segundos.

Dos três casos investigados, a da UFPI não apresenta na sua composição a janela para exibição de vídeo em nenhum dos domínios informacionais. Contudo, cada vez mais as homepages se apropriam de recursos semióticos múltiplos de animações somente possíveis no ambiente digital, como os vídeos e os *banners* em movimento, com o objetivo de prender a atenção do leitor/usuário. Silva (2010) comenta que possibilidades de inclusão de som e imagens animadas na *internet* ampliam-se a partir de *softwares* que possibilitam a criação de animações com maior rapidez de carregamento ao acessar a página na *web*.

Um recurso bastante curioso que identificamos na base de uma das páginas (UFC) trata-se de uma sequência vertical de *links*, que também se encontra

localizada na zona intermediária vertical. Essa repetição de *links* não ocorre nas *homepages* da UFMA e da UFPI.

Figura 20 – Repetição de Links (UFC)



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 28 de outubro de 2013

Em alguns casos, o conteúdo é deliberadamente duplicado entre domínios numa tentativa de manipular a classificação de mecanismos de pesquisa ou obter mais tráfego, mais acesso. Essa duplicação de conteúdos pode configurar práticas enganosas e resultar em uma avaliação insatisfatória da homepage e do próprio *site*, especialmente em se tratando de homepages de universidades, que deve imprimir uma relação de confiabilidade.

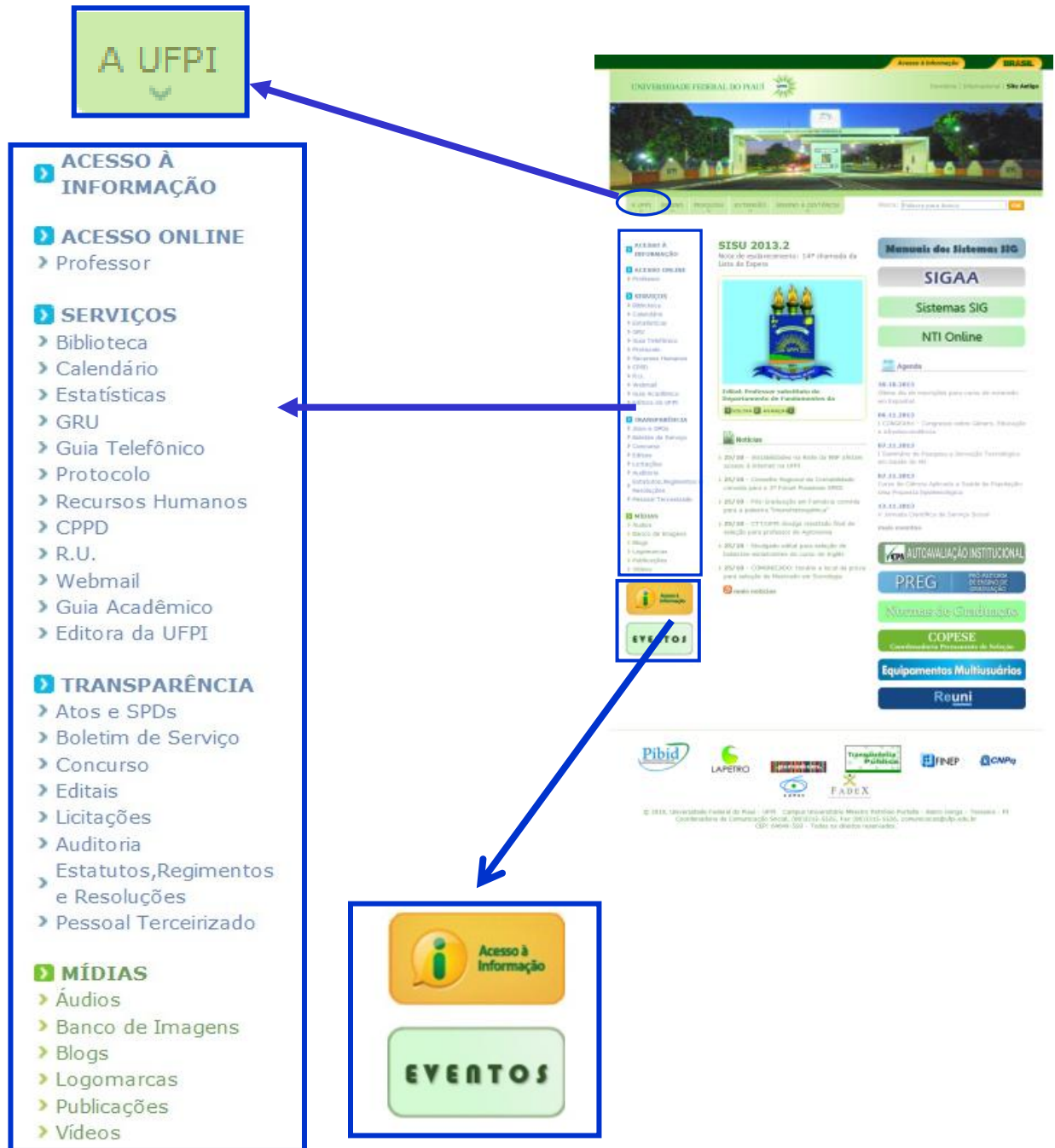
No caso da homepage da UFC, observamos que a duplicação de blocos substanciais de conteúdos no domínio do novo (lateral esquerda) e do real (margem inferior), conforme demonstrado, revela uma estratégia composicional empregada para facilitar o acesso às informações quando acessamos a homepage abaixo da dobra. Geralmente, esse recurso é utilizado nas páginas com grande extensão

vertical, para se evitar que o leitor/usuário se utilize do recurso de rolagem. Quando uma *homepage* traz muito conteúdo, fazendo com que seja necessária a navegação por rolagem (vertical ou horizontal), a leitura e o acesso de parte dos conteúdos podem ser prejudicados.

Ao analisar o valor informacional na linha horizontal, que separa lateral esquerda e lateral direita, denominada de domínio do Dado/Novo, constatamos que os traços divisores, além de serem expressos por representativos espaços em branco, que servem para delimitar cada um dessas zonas textuais, não são separados simetricamente em duas partes iguais, conforme demonstramos nas Figuras 06, 07 e 08, que mostram a distribuição do valor informacional na composição textual das *homepages* institucionais. Os elementos colocados no lado esquerdo (dado) são informações que teoricamente já são conhecidas pelos possíveis usuários/leitores do texto ou de algum modo lhe são familiares. Já as informações dispostas no lado direito (novo) representam os elementos tidos como novos, que não são conhecidos pelo leitor/usuário (KRESS; VAN LEEWEN, 2006).

Com base nesse princípio, orientado pela GDV, observamos que somente a *homepage* da UFPI segue essa orientação em seu leiaute, já que se encontram localizados na sua lateral esquerda, na forma vertical, predominantemente, os *links* que dão acesso às informações relacionadas à própria instituição, que presumivelmente são conhecidas por seus leitores/usuários, como podemos constatar nas imagens:

Figura 21 – Domínio do Dado (UFPI)



Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

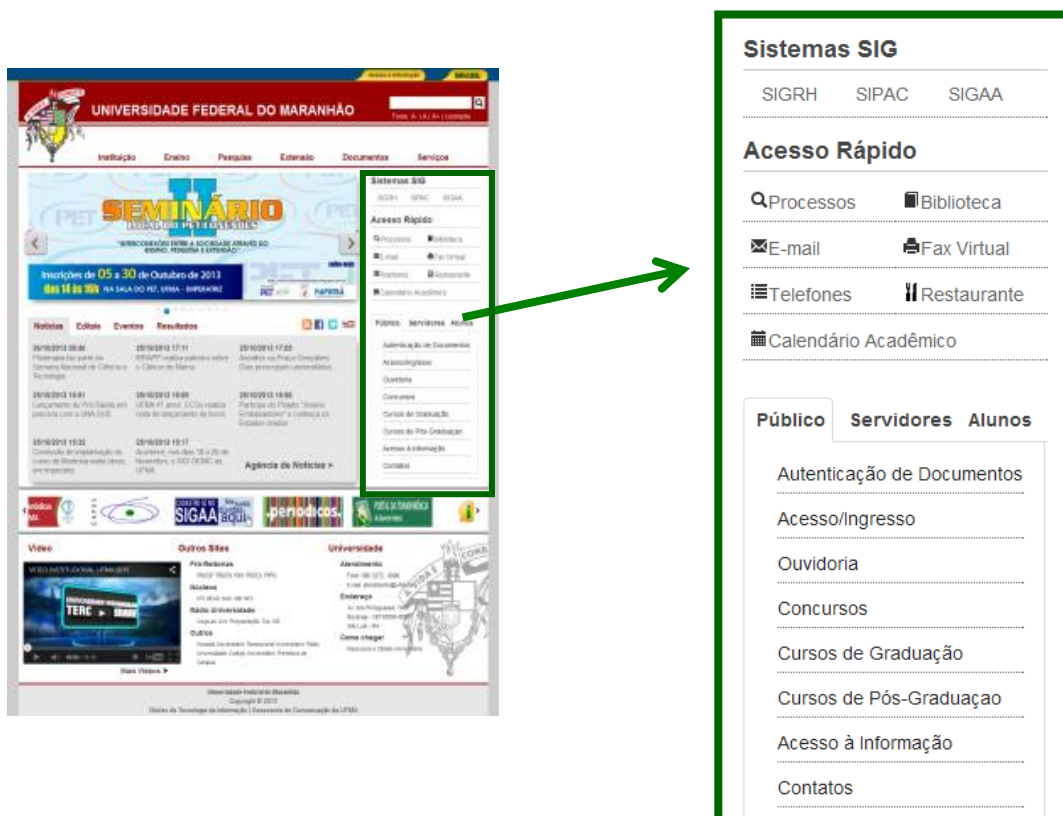
As informações constantes na lateral esquerda (informações dadas) são caracterizadas por se apresentarem constituinte do tríptico vertical, exercendo a função de subserviência em relação à representação da instituição, que figura no topo da homepage. Podemos observar uma hierarquização de informações que parte do domínio do ideal, com o destaque da universidade, para o domínio do dado,

caracterizado pela apresentação de informações que vão desde o *link* para o acesso dos professores ao *link* relacionado ao pessoal terceirizado.

Destacamos que em relação ao domínio do dado na homepage da UFPI as informações estão destinadas, predominantemente, àqueles que atuam na própria universidade, com *links* que dão acesso a serviços, como: biblioteca (para consulta, renovação de empréstimo e reserva de livros), calendário acadêmico (foca as datas de início e fim de períodos letivos), protocolo (acesso e acompanhamento de processos acadêmicos), etc.

As homepages da Universidade Federal do Ceará e da Universidade Federal do Maranhão também apresentam essa organização vertical de *links* que dão acesso às informações institucionais, porém, estão localizadas na lateral direita, que, na concepção de Kress e van Leeuwen (2006), representam o domínio do novo, como podemos verificar.

Figura 22 – Domínio do Novo (UFMA)



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

Se Kress e van Leeuwen (2006) defendem que numa sociedade ocidental, que possui seus próprios valores, os elementos posicionados do lado esquerdo contém

informações já fornecidas e compartilhadas, dados já familiares dos leitores/usuários que integram as universidades, essa estruturação informacional da homepage da UFMA, semelhantes a da UFC, foge a essa premissa. Nesse sentido, ressaltamos que serviços da instituição como processos, biblioteca, calendário acadêmico, cujos maiores interessados são os leitores/usuários (docentes, discentes, funcionários) encontram-se localizados na lateral direita, domínio que se reserva a apresentar as informações novas, renováveis.

Na lateral esquerda, que presumivelmente deveriam estar situadas as informações dadas, no caso das homepages da UFC e da UFMA, identificamos links constituídos por lides, que dão acesso a conteúdos noticiosos, que são atualizados com bastante frequência. Isso demonstra que, nas homepages institucionais, a premissa de que o lado esquerdo é reservado a informações dadas e o lado direito exhibe as informações novas, nem sempre é possível de visualizarmos ou identificarmos o conteúdo informacional organizado sob essa perspectiva da lateral esquerda/dado e lateral direita/novo.

Sendo assim, a lógica organizacional das homepages demonstra que possivelmente cada um dos produtores/usuários dessas duas páginas levaram em consideração comportamentos e estruturas compartilhadas para composição do valor informacional dessas homepages institucionais. E nos leva a ressaltar que, muito mais do que uma preocupação com a distribuição dos conteúdos, as homepages investigadas denotam também um grande interesse em focalizar uma hierarquização estrutural de significados, recorrentes no gênero, com base também em elementos como saliência e enquadramento, conforme observaremos a seguir.

5.2.2 A Saliência nas homepages institucionais

Na metafunção composicional, a saliência diz respeito à relevância dada a determinados elementos dentro da lógica organizacional do texto. Essa relevância diz respeito ao destaque dado a elementos específicos constituintes do texto por meio, por exemplo, da intensidade ou da suavização das cores e do brilho, dos contrastes de tonalidade, das disposições visuais em primeiro plano, do tipo e tamanho da fonte utilizada, dentre outros.

Essas características dos elementos internos representados no texto captam a atenção do leitor/usuário e podem criar uma hierarquia de importância entre os

domínios informacionais. A base pode ser mais ou menos saliente que o topo; a lateral esquerda mais ou menos saliente que a lateral direita; as margens mais ou menos salientes que o centro. Ou, em muitos casos, os diversos domínios informacionais podem ser igualmente salientes.

Ao enfatizar alguns elementos como mais dignos de atenção do que outros, a saliência pode gerar relações de hierarquia e poder entre os elementos constituintes do texto. Em geral, na concepção de Kress e van Leeuwen (2006), é o grau de saliência que define a trajetória de leitura da página, iniciando do elemento mais saliente e, de forma decrescente, deslocando para o menos saliente. Contudo, em um mesmo texto podem ocorrer saliências com altos graus, o que pode inviabilizar por parte do produtor/usuário uma definição prévia de um percurso de leitura.

Em se tratando do gênero textual homepage institucional, diversos modos podem demonstrar graus muito elevados de saliência, tendo em vista que atualmente esse gênero, decorrente das evoluções tecnológicas, vem se apropriando de inúmeros recursos do ambiente digital, que possibilitam a ocorrência da profusão de modos que se somam e se integram. Na concepção de Baldry e Thibault (2006, p. 128), as *homepages* exibem um grau bastante elevado de condensação semiótica, que pode ser considerado em duas perspectivas. Primeiro, há uma justaposição espacial de diferentes recursos visuais, diferentes modalidades semióticas e diferentes tecnologias associadas na mesma página em um ambiente de tela.

Aos diversos contrastes e tonalidade de cores, diferenças de brilho, tipo e tamanho da fonte, somam-se, em uma mesma homepage institucional, um ou mais de um vídeo, uma ou mais de uma imagem em movimento, possível somente por causa da tecnologia digital. E são justamente esses vídeos ou imagens em movimento que têm se mostrado com um maior grau de saliência nas homepages das universidades federais estudadas nesta pesquisa. Os produtores/usuários dessas homepages utilizam os denominados *flash banners*, ou simplesmente *banners*, colocados em um primeiro plano para despertar o interesse do leitor/usuário a partir do que julgam de maior relevância nos cenários institucional e acadêmico.

Podemos observar nas homepages analisadas uma relação hierárquica dos graus de saliência entre os modos composicionais, caracterizados predominantemente pelo uso de *banner*, vídeos e imagens. Em relação ao uso do *banner*, as três homepages apresentam no topo esse mesmo recurso, porém, com

estrutura, emolduramento, modo de exibição e propósitos diferenciados. Enquanto que no caso da UFC, o *banner* exibe quatro notícias de forma rotatória vertical em constantes movimentos sem acionamento por parte do leitor/usuário; na homepage da UFMA, constam doze notícias mostradas também de forma rotatória, porém, na horizontal, com botões em forma de seta para acionamento nas laterais direitas e/ou esquerda, além de botões na parte inferior, com pouca visibilidade. Nesses dois casos, fica evidente que o propósito do uso desse recurso, além de tornar a homepage mais atraente visualmente, pode despertar o interesse do leitor/usuário para os fatos apresentados, que nem sempre podem ser considerado como de maior relevância social, informativa ou acadêmica, na concepção do leitor/usuário.

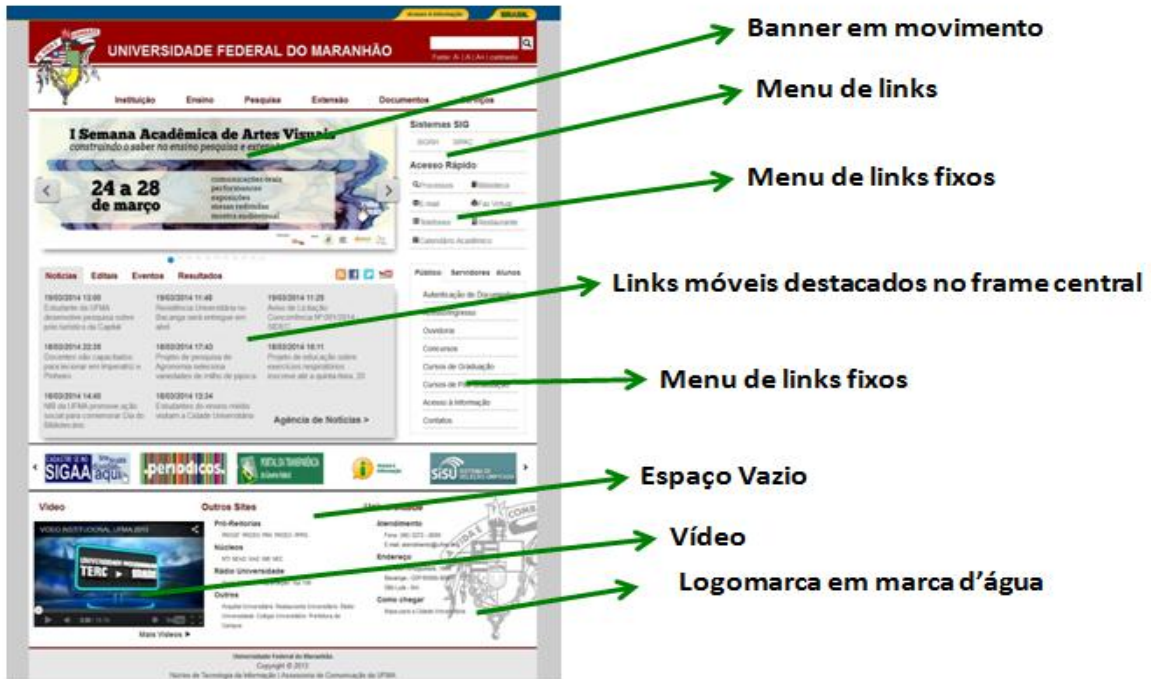
Se os *banners* exibidos nas homepages da UFC e da UFMA foram usados para apresentação de notícias, divulgação de editais e de eventos científicos, marcados por um *continuum* de textos verbais e não verbais, a homepage da UFPI, que também se apropria desse recurso, mostra, por meio do *banner*, imagens da própria instituição, espécies de fotografias, sem uso de linguagem verbal e sem que haja a possibilidade de acionamento por parte do leitor/usuário. Nesse caso, fica evidente o propósito de divulgação da estrutura e das dependências da instituição.

Figura 23 – Saliência na homepage da UFC



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 28 de outubro de 2013

Figura 24 – Saliência na homepage da UFMA



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

Figura 25 – Saliência na homepage da UFPI



Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

Para uma maior compreensão desses recursos multimodais relacionados ao valor da saliência no gênero textual homepage institucional, apresentaremos a descrição da saliência respectivamente nas homepages da UFC, UFMA e UFPI, abordando os recursos multimodais digitais relacionados ao valor informacional da saliência.

Com base nesse pressuposto, ressaltamos que nem sempre nos é visível o grau de saliência entre os elementos constituintes da homepage. Cabe destacar, ainda, que o elemento mais saliente em uma página institucional nem sempre é o de maior relevância social, informativa ou acadêmica, na concepção do leitor/usuário.

Em geral, conforme explicita Kress e van Leeuwen (2006), é o grau de saliência que define a trajetória de leitura de uma página, iniciando do elemento mais saliente e, de forma decrescente, deslocando para o menos saliente. Contudo, destacamos que não podemos fazer dessa premissa uma regra geral, pois a trajetória de leitura de um texto multimodal depende do perfil de cada leitor. Em se tratando de *webpages* ou textos predominantemente multimodais, os percursos de leitura não são necessariamente idênticos ao da página impressa, pois o ambiente digital permite leituras que podem se realizar em circular, na diagonal, em espiral, e assim por diante. Se o caminho de leitura é circular, lê-se para o exterior, em círculos concêntricos, a partir de uma mensagem central. Se o caminho de leitura é linear e horizontal, constitui-se uma progressão, movendo-se para frente em direção ao futuro (ou para trás). Se for vertical, um senso de hierarquia é significado, um movimento do geral para o específico.

Se o leitor, por exemplo, estiver navegando de maneira descontraída e ver uma imagem de grande saliência, que lhe chame a atenção, a possibilidade de acionar um *link* relacionado a essa imagem aumenta. Analogamente, embora o leitor navegue segundo algum objetivo, fazendo uma pesquisa em busca de uma informação específica, também será tentado a clicar em *links* que remetam a uma representação imagética saliente.

Nessa perspectiva, o fator visual, um item de saliência que norteia de certa forma a leitura, pode, inclusive, influenciar na construção de sentidos. Isso se dá, por exemplo, quando ocorre uma montagem de uma cadeia coerente e coesa de informações pelo leitor, ou seja, na construção do sentido textual. É claro que, como aponta Braga (2005), o direcionamento da leitura não é total, mas pode ocorrer em determinadas escolhas durante a navegação. Como explica a autora, a saliência não

é objetiva e quantitativamente mensurável, mas resulta de uma complexa interação entre diversos fatores visuais, como tamanho, nitidez, foco, contraste de tons, contraste de cores, disposição ou arranjo dos elementos no campo visual, perspectiva, fatores culturais específicos, etc.

A cor é um instrumento para o ato de comunicação em diversos contextos sociais. Sozinha não diz muito, mas dependendo de aspectos sociais e culturais passam a assumir significados diversos. O que importa é que as pessoas fazem com as cores, como combinam, que sentidos lhe atribuem. São, portanto, empregadas para contruir representações do mundo, do indivíduo que vive em sociedade, é empregada para comunicar, para interagir e para direcionar nossas práticas.

5.2.3 O Enquadramento/framing nas homepages institucionais

As homepages analisadas possuem um leiaute de diagramação horizontal, marcado pela predominância dos espaços em branco entre os blocos de textos e as imagens, a descontinuidade de cores entre os elementos, a presença de linhas entre os domínios do Ideal/Real e do Dado/Novo, além da presença do tríptico vertical. A forma como esses elementos se encontra aglutinados determina a conexão ou a desconexão presentes nas homepages institucionais.

Se os elementos estiverem conectados, eles serão fracamente enquadrados, revelando, assim, uma imagem de unidade, um sentido de grupo. A desconexão, por sua vez, é criada pela presença do enquadramento, isto é, pela separação dos elementos através da descontinuidade de cores, de um espaço em branco entre eles, o que indica individualidade entre os domínios informacionais do texto.

O enquadramento nas homepages investigadas é marcado pela presença de recursos semióticos que criam linhas divisórias, desconectam ou conectam elementos das homepages, compondo ou significando de forma conjunta ou não. Compreendemos que esses recursos composicionais favorecem a disposição das informações relevantes no gênero textual homepage institucional, que em conjunto com a saliência e as cores do primeiro e do segundo plano estabelecem uma trajetória de leitura.

Destacamos que das três homepages analisadas, a da UFC é a que traz um maior equilíbrio e conexão entre os recursos de enquadramento, embora possamos identificar a constante presença das molduras. Nessa homepage, cabe destacarmos

que predominantemente os elementos emolduradores são os espaços vazios, que situam os blocos de textos verticais e horizontais, além da ausência de linhas densas para separar cada uma dessas partes. A cor azul predominante no brasão e empregada nas linhas, nas imagens, na margem do topo, no roda-pé contribui para que haja essa conexão entre os elementos emoldurados. Cabe ressaltarmos que todos esses elementos são conectados pelo plano de fundo na cor azul acinzentado, que acentua essa rima visual engendradora predominantemente por uma mesma cor.

Ao analisarmos essa página através da ativação de contraste (recurso presente no canto superior esquerdo da página), compreenderemos que a cor azul acinzentada, além de denotar equilíbrio entre os domínios informacionais, também suaviza os enquadres apresentados e, assim, podemos afirmar que as partes que configuram essa imagem estão conectadas, sobretudo, pela continuação de cores em seu plano de fundo.

Figura 26 – Enquadramento/framing na homepage da UFC



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 28 de outubro de 2013

Em relação ao enquadramento da homepage da UFMA, temos focos bem definidos que destacam os elementos constituintes da significação textual. A divisão do espaço, a disposição gráfica, os espaços vazios, o uso de linhas densas nas cores vinho e preta, os tamanhos e as cores das letras contribuem para que na página principal da UFMA ocorra esse alto grau de desconexão entre os elementos ou grupos de elementos dispostos no texto, engendrando uma composição na qual predomina a desconexão entre os domínios informacionais.

Cabe destacarmos que no tríptico vertical dessa página apresentam-se duas imagens de destaques emolduradas em caixas retangulares, como podemos observar na Figura 26. Essas imagens, que possuem um alto grau de saliência (tamanho, cores e localização), conforme já comentamos, são caracterizadas por bordas demarcadas por linhas e sombreamentos, contribuindo para reforçar essa identidade de separação e individualização dos domínios informacionais. Além disso, essa primeira imagem configura-se em um *banner* em movimento, que ao todo são mais de quatorze imagens (*banners*) que ficam mudando automaticamente e são alteradas cotidianamente. Cada uma dessas imagens tem leiaute e cores diferentes, esse recurso, além de reforçar a saliência, demonstra um alto grau de descontinuidade textual.

Na composição da homepage da UFPI não identificamos a grande presença de linhas, conforme verificamos na da UFMA. Os recursos de enquadramento presentes na página principal da UFPI de maior prevalência são os grandes espaços vazios, as caixas retangulares de textos, as diferentes cores e os diferentes tamanhos das letras, além do plano de fundo no topo da homepage na cor verde e nos demais domínios informacionais na cor branca.

Esses recursos reforçam uma acentuada desconexão entre os elementos constituintes da textualidade nessa página, especialmente em relação aos domínios do Ideal/Real. Diferente das outras duas homepages, a da UFPI traz uma configuração marcada por trípticos vertical e horizontal, que origina um núcleo que, por se apresentar caracterizado por *banner* e textos com cores diferentes, passa a constituir o segundo elemento mais saliente no texto. Contudo, é importante ressaltarmos que embora haja esse alto grau de desconexão, decorrente do uso das cores, observamos uma harmonia suavizada, especialmente pela cor branca predominante.

Figura 27 – Enquadramento homepage UFPI

The image shows the homepage of the Universidade Federal do Piauí (UFPI). At the top, there is a green header with the university's name and logo. Below the header is a large photograph of a modern interior space. A navigation menu is located below the photo, with options for 'A UFPI', 'ENSINO', 'PESQUISA', 'EXTENSÃO', and 'INTERNACIONALIZAÇÃO'. To the right of the menu is a search bar with the text 'Busca: Palavra para busca' and a search icon.

The main content area is divided into several sections:

- ACesso À INFORMAÇÃO**: A vertical menu on the left with sub-items like 'ACesso ONLINE', 'SERVIÇOS', 'TRANSPARÊNCIA', and 'MÉDIAS'.
- CONVOCAÇÃO**: A central section titled 'CONVOCAÇÃO' with a sub-heading 'SISU 2014.1: divulgada 3ª chamada da lista de espera'. It features a photograph of people in an art gallery and a text box with the title 'OcupArt: projeto estimula a intervenção artística no campus'.
- Manual dos Sistemas SIG**: A blue button on the right side.
- SIGAA**: A large blue button.
- Sistemas SIG**: A green button.
- NTI Online**: A green button.
- Agenda**: A section on the right with a list of dates and events, including '20.03.2014' and '27.03.2014'.
- 96.7**: A blue button with the text 'Para Todo Bom Custo'.
- PREG**: A blue button with the text 'PRO-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO'.
- COPESE**: A green button with the text 'Coordenadoria Permanente de Seleção'.

At the bottom of the page, there is a row of logos for various institutions and programs, including Pibid, LAPETRO, FINEP, CNPq, and FADEX. Below the logos is the copyright information: '© 2010, Universidade Federal do Piauí - UFPI - Campus Universitário Ministro Petrônio Portella - Bairro Ininga - Teresina - PI'.

Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 28 de outubro de 2013

O modo como as informações são dispostas no texto constrói uma hierarquização de significados que pode conduzir o leitor/usuário em relação à construção e apreensão desses significados no gênero textual digital. Contudo, essa hierarquização nem sempre é tomada como referência na construção de sentidos pelo leitor/usuário. Observamos, em relação aos três casos analisados, a intensa preocupação em emoldurar os domínios informacionais com o uso de diversos

recursos, especialmente com o predomínio dos espaços vazios, de forma que as molduras presentes mantivessem uma relação semântica e formal de sentidos.

Todos esses elementos estão imbricados e descrevermos separadamente se torna de grande complexidade. Contudo para uma maior condução da compreensão da relação desses elementos se fez necessário que assim o fizéssemos. Essa lógica organizacional e informacional do gênero analisado demonstra a linguagem multimodal tem como principal propósito o de informar a organização geral do site e realiza-se pela apresentação de tópicos de navegação e de tópicos de configuração, que dão ao usuário uma visão geral do mapa de campos de acesso e permite uma leitura rápida e seletiva do que se pretende, conforme observaremos a seguir a partir da análise dos *links*.

5.2 Os elementos hipertextuais do gênero textual homepage institucional

Nesta seção, temos como objetivo demonstrar como os elementos hipertextuais se relacionam à lógica organizacional, leiaute, para a caracterização/particularização das homepages institucionais. Para tanto, apresentaremos a descrição e a classificação dos principais *links* presentes nas homepages da UFC, da UFMA e da UFPI.

Nesta pesquisa, o que denominamos de elementos hipertextuais digitais são os muitos e diversos *links* integrados aos modos composicionais dos gêneros textuais digitais. Os *links* são objetos semióticos clicáveis que permitem ao leitor/usuário ir de um lugar a outro em um mesmo *site* ou sites diferentes, passando de uma página a outra com rapidez, agilidade e dinamicidade.

Alguns pesquisadores da hipertextualidade digital, conforme assinalado no Capítulo 03, empregam os termos “âncoras” e “links” de forma diferenciada. Para esses estudiosos, as âncoras são pontos de ativação e destino dos *links*, com leiaute elaborado, perceptível em um texto digital e que chama atenção do leitor/usuário. Já os *links* constituem os elos entre os fragmentos textuais, um processo de ligação invisível aos olhos.

É preciso que explicitemos que consideramos indistintos *âncoras* e *links* e propomos este estudo partindo do pressuposto de que o *link* é, antes de tudo, um recurso semiótico que pode abrigar em sua morfologia, palavras, imagens, cores,

formas, sublinhados, caixas de textos, etc. Entendemos, assim, que os *links* fazem muito mais do que apenas levar o leitor/usuário de um lugar a outro do ambiente digital; eles acrescentam significados às porções de informação que conectam, ampliando o texto e suas possíveis significações, bem como integrando os significados composicionais do gênero.

Para tanto, apresentaremos os traços morfológicos mais característicos dos *links*, para, em seguida, descrevermos os tipos de funções, o lugar de conexão e localização dos *links* nas homepages institucionais, com base nos critérios de análise e classificação previamente descritos no Capítulo 03 desta tese. A partir daí, relacionaremos os *links* aos modos composicionais das homepages investigadas, sob a perspectiva da composição multimodal, proposta por Kress e van Leeuwen (2006).

Em relação à descrição dos elementos hipertextuais, mantivemos o nosso foco nos *links* enquanto recursos semióticos constituintes do texto, facilmente perceptíveis ou não na homepage institucional, e não como recursos navegacionais de um *site*. Reconhecemos, para fins desta pesquisa, a dificuldade de estabelecermos essa separação entre *links* enquanto recursos semióticos e *links* enquanto recursos navegacionais, já que transportar o leitor de uma página a outra em um mesmo *site* ou transportar de uma página a outro *site* é a principal função do *link*.

Contudo, foi necessária essa separação para que não fugíssemos do objetivo de descrever quais elementos hipertextuais (*links*) enquanto recursos semióticos se fazem presentes na constituição do gênero textual homepage institucional. Sabemos que os *links* não são exclusivos das homepages institucional, mas integrantes da *web* em geral, os quais, dependendo da forma como se apresentam, conferem ao gênero determinada particularização.

Cabe informarmos que para descrevermos a morfologia dos links, em seu aspecto formal, acessamos e observamos as três homepages institucionais, passeando o cursor do mouse sobre todas elas para identificação e reconhecimento dos links, para, em seguida, descrevermos os segmentos informativos associados à composição (forma) dos *links* disponíveis nas três páginas institucionais analisadas.

Alguns *links* nas homepages pesquisadas são facilmente identificados, mesmo sem o auxílio do cursor do mouse. Atualmente, os leitores/usuários estão bem acostumados às convenções para a clicabilidade, conforme destaca Nielsen e

Loranger (2007). Essa fácil identificação em relação aos *links* textuais se sobressai nos que se apresentam em forma de lide, nos que sugerem ampliação do texto, nos que incitam ordens e nos que se encontram próximos a outros recursos como setas.

Contudo, outros *links* não se apresentam visivelmente clicáveis, exigindo a presença do cursor do mouse para identificação e reconhecimento. Além disso, em outros casos, há os modos composicionais que o leitor/usuário pode pensar constituir um *link* e ser “apenas” um título, sem recursos navegacionais, conforme podemos observar na homepage da UFPI a seguir:



Figura 28 – Elementos hipertextuais (UFPI)



Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 11 de abril de 2014

Destacamos que nem todos os recursos semióticos em evidência nas *homepages* investigadas constituem objetos clicáveis, muito embora, conforme demonstrado na figura (ausência de clicabilidade mesmo com um botão seta), possam apresentar recursos que sugiram ser clicáveis. O mau uso de pistas visuais pode sugerir que não houve a preocupação devida com os leitores/usuários. Violar

as convenções geradas no ambiente digital e obrigar os usuários a pensar em algo que deveria ser simples (a clicabilidade) pode significar desperdício de tempo (KRUG, 2008).

Nesse sentido, observamos que o cursor (ou ponteiro) do *mouse* é o grande aliado na identificação e na localização dos *links*, enquanto objetos clicáveis. Ao passear sobre alguns desses recursos semióticos, a seta do cursor () se transforma em uma mão com o dedo em riste (), que indica que se trata de um objeto clicável, ou seja, um *link*. Além dessa ferramenta, a mão com o dedo em riste, há variados recursos das mais diversas semioses que se somam e reforçam os efeitos de sentidos utilizados para caracterizar os *links*.

Em geral, os *links* podem apresentar em sua composição (forma) elementos textuais e/ou imagéticos, que podem se encontrar separados ou combinados. Aqueles que apresentam elementos verbais são aqui denominados de *links* textuais, ao passo que os que possuem gráficos, imagens, são os links gráficos, visuais.

Os *links* textuais são formados por pequenas frases, por sintagmas nominais e/ou sintagmas verbais. Predominantemente se apresentam no centro e nas laterais esquerdas e/ou direitas das homepages analisadas. Costumam ser sublinhados e vêm com uma cor e uma formatação de fonte diferente da do resto do texto, além de em muitos casos se apresentarem em blocos de textos, separados por espaços em brancos.

Essa categoria de *links* se faz presente nas várias zonas informacionais do gênero textual homepage institucional (topo, base, lateral direita, lateral esquerda, centro) e se caracteriza de diversas formas. Nas homepages investigadas são mais evidentes os *links* constituídos por uma espécie de lide jornalístico, situados no centro das páginas. O lide representa a abertura de uma matéria de jornal e deve apresentar ao leitor uma breve informação sobre o que vai ser tratado na matéria. Com uma linguagem clara e sucinta, deve responder às questões consideradas fundamentais para o texto noticioso (o que, quem, quando, onde, como e por que). Esse *link* apresenta-se de forma diversificada quanto aos recursos semióticos nas três homepages institucionais analisadas.

Na homepage da Universidade Federal do Ceará, esses *links* textuais apresentam-se divididos em dois blocos de textos, um primeiro bloco na cor azul e um segundo na cor preta. Após passarmos o cursor do mouse sobre esses blocos de textos, identificamos apenas no primeiro bloco a exibição do *link* por meio do

cursor e da mudança de cor do texto (da cor azul para a cor laranja), ao passo que o segundo bloco de texto permaneceu inalterado na cor preta.

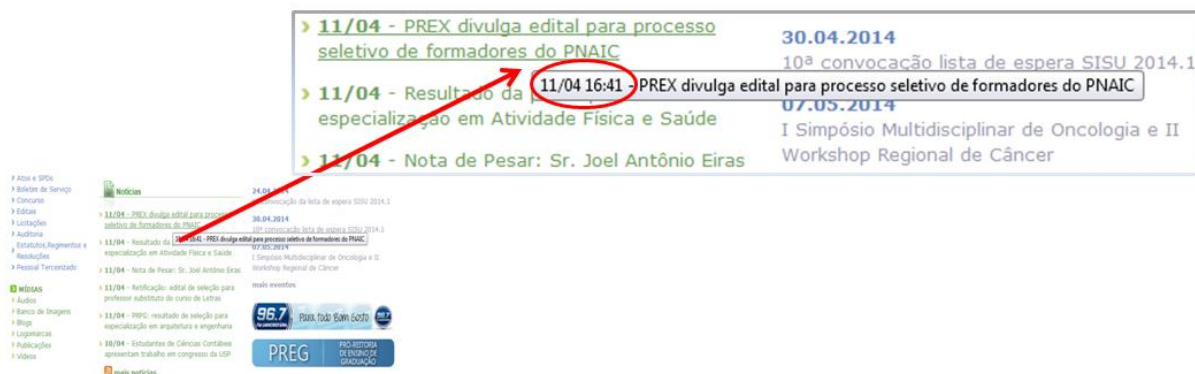
Figura 29 – Links móveis (UFC)



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 11 de abril de 2014

Em relação à homepage da Universidade Federal do Piauí, com o intuito de realçar as informações constantes no *link*, ao passear o cursor do mouse sobre os *links* textuais, além de acionar um mecanismo de sublinhamento, em que se manteve a cor da fonte, foi exibida uma caixa de texto cinzenta com a fonte na cor preta. Esse recurso contou com uma informação adicional: a hora em que a notícia do link foi publicada.

Figura 30 – Links Móveis (UFC)

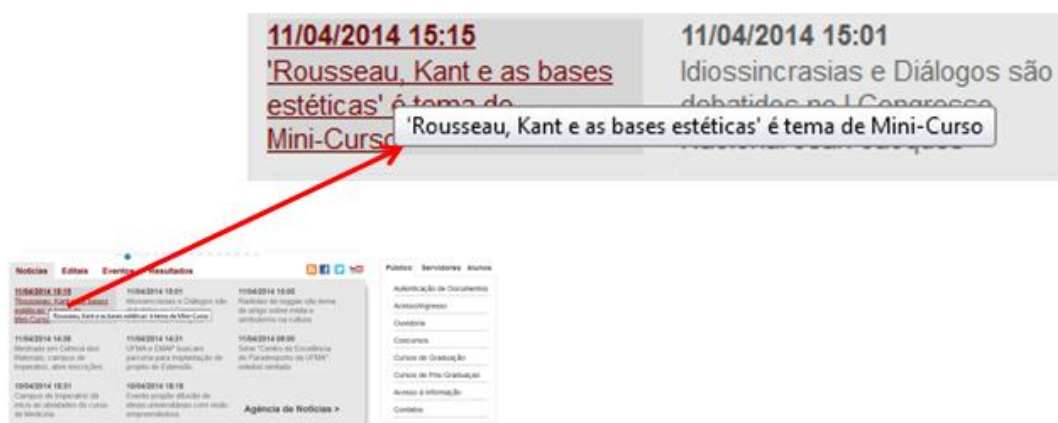


Fonte: Imagem capturada de www.ufpi.br em: 11 de abril de 2014

Na homepage da Universidade Federal do Maranhão, esse recurso semiótico de exibição do *link* se assemelha ao da UFPI, com a diferença de que ao passear o cursor sobre o texto, além de acionar o sublinhamento e exibir a caixa de texto com

as informações constantes no texto, também é alterada a cor do *link* acionado, um recurso a mais em relação aos apresentados nas outras duas homepages.

Figura 31 – Links móveis (UFMA)



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 28 de outubro de 2013

Esses realces dos *links* textuais auxiliam a leitura no processo de assimilação da informação, tornando mais eficiente a identificação e o reconhecimento desses *links*, facilitando a leitura e a navegabilidade da página. Essa combinação de elementos deve estar apoiada culturalmente na produção de significados, para que o leitor possa reconhecê-los e por meio deles interagir. De acordo com as homepages analisadas, observamos que a composição dos *links* verbais foi pensada como um dos elementos importantes e responsáveis pela produção de significados nas homepages institucionais, já que essa combinação abrange as dimensões históricas, sociais, linguísticas, multimodais, de seleção e de uso. Nos casos específicos, verificamos que os links verbais centrais são importantes para manter os leitores/usuários informados sobre os fatos noticiosos relacionados à instituição, de uma forma geral. Dessa forma, ao mesmo tempo em que o usuário toma conhecimento das informações contidas no texto principal, ele terá acesso rápido a outras páginas relacionadas por meio dos links que fazem parte do corpo do texto e que estão diretamente ligados ao conteúdo que está sendo explorado.

Se nas homepages analisadas os links textuais são os mais predominantes em termos de quantidade, os *links* gráficos possuem uma alta carga de saliência,

decorrente de sua estrutura morfológica, já que eles são construídos por outras semioses que se somam à linguagem verbal (ícones, gráficos, botões, imagens, mapas, vídeos, etc.).

Os *links* gráficos estão situados predominantemente abaixo da dobra das páginas. Na homepage da UFMA, podemos observar que os *links* gráficos são descritos como internos, que dão acesso a páginas do próprio site; e externos, que conduzem o leitor/usuário a outros *sites* institucionais, como o *site* da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), dos Periódicos CAPES, do Portal da Transparência, etc, os links internos e externos encontram-se integrados em um mesmo domínio informacional. Observamos que o critério utilizado para essa integração foi o fato de serem links gráficos. Além disso, a página agrega à apresentação desses links um recurso de rolagem, em que as imagens vão passando automaticamente da direita para a esquerda, de forma circular.

Figura 32 – Links Gráficos UFMA



Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 11 de abril de 2014

Na homepage da UFPI, predominantemente os *links* gráficos são *links* externos, localizados na parte inferior da página, próximo ao domínio do Real. Alguns deles são os mesmos que se apresentam na homepage da UFMA, como os que dão acesso ao *site* da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), dos Periódicos CAPES, do Portal da Transparência.

Outros *links* de destaques, que oscilam entre links gráficos e textuais, são os que poderíamos denominar de *links* textuais gráficos, que apresentam tanto a forma textual como a gráfica, marcado pelos sintagmas e pelas caixas de textos. Trata-se de duas sequências de links internos que dão acesso a serviços institucionais, como acompanhamento acadêmico, matrícula, etc. Essas sequências de links estão situadas no tríptico horizontal e não foi percebido nenhum critério de agrupamento desses links, que além da forma traz tonalidades diversas das cores azul e verde.

Em relação à homepage da UFC, os links gráficos são caracterizados pelos banners situados no topo da página seguidos dos links textuais e gráficos, que abrigam em sua forma imagens e lides, como podemos verificar:

Figura 33 – Links Textuais e Gráficos UFC

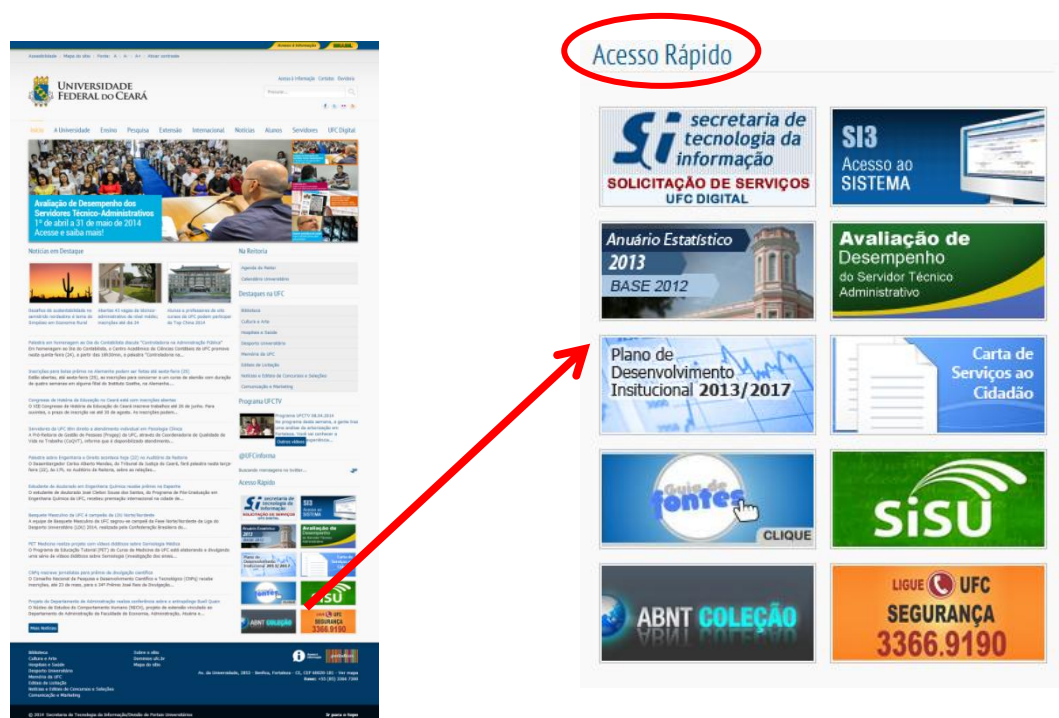


Fonte: Imagem capturada de www.ufma.br em: 11 de abril de 2014

Outros links gráficos utilizados na página principal da UFC são aqueles que constituem um bloco vertical de links internos, organizados sob o título “Acesso

Rápido”, localizados no canto direito do tríptico vertical. Trata-se de links que dão acesso a serviços institucionais de ingresso a cursos, matrícula e acompanhamento acadêmico, avaliação de desempenho dos servidores, etc.

Figura 34 – Links Gráficos UFC



Fonte: Imagem capturada de www.ufc.br em: 11 de abril de 2014

Outro ponto de análise muito importante para compreendermos os elementos hipertextuais na caracterização do gênero textual homepage institucional está diretamente relacionado à localização que os *links* apresentam na superfície textual para a inquirição de significados. Em relação à localização dos *links*, lembramos que eles tanto podem ser implicados, inseridos no texto em forma de verbos no imperativo, em forma de destaques de sintagmas curtos destacados do texto de outra cor; em azul ou como lista cujos enunciados eram todos marcados com *links*; como podem ser superpostos, explícitos, organizados em barra de menus, em forma de lides ou em forma gráfica. Os links superpostos predominam em textos explicativos de grande extensão, organizados em linhas, em que o recurso de

linkagem serve para evidenciar informações adicionais, que ao clicarmos podemos ser direcionados a outra página ou para a parte inferior da página.

Os *links* implicados não foram encontrados nas homepages investigadas. O que nos incitou a curiosidade de sabermos se a inexistência desses links é recorrente nas outras vinte e duas homepages. Percebemos, então, que esse pode ser considerado um grande traço caracterizador das homepages institucionais, tendo em vista que esse recurso é bastante utilizado em outras homepages como as de notícias e ou as comerciais. Nas homepages comerciais, o cliente ao acessar a página comercial e ler informações sobre algum produto com o auxílio do mouse, ao passear o mouse sobre as informações do produto são acionados links implícitos com a descrição de outros produtos semelhantes.

Nesse sentido, compreendemos que a predominância de links superpostos nas homepages institucionais engendra uma formatação e organização de tal maneira que os usuários não terão dúvidas de que se trata ou não de *links*, além de não “bombardear” os leitores/usuários com informações das quais ele não precisa ou que não lhe interessam. Nos casos analisados, os links superpostos se encontram em barras, sumários, listas, colunas e ou menus fixos, com cor de destaque, marcados por espaços vazios e/ou caixas, situados predominantemente nas laterais. Sendo assim, compreendemos que essa forma de organização e localização é utilizada com a finalidade de garantir a orientação do leitor/usuário, de modo a assegurar uma fácil leitura e maior navegabilidade pelas páginas.

Os *links* também foram observados quando ao tipo de funções que exercem, se estavam periodicamente atualizados e modificados ou se mantinham no formato da página sem alterações. Constatamos, então que os links superpostos predominantemente em forma de menus, barra, colunas, situados nos domínio do Dado/Novo, assim, como grande parte dos links gráficos, considerados links de navegação externa, se mantinham fixos, inalterados. Por sua vez, eram constantemente atualizados aqueles que funcionavam como um lide, que além de introduzir um tópico, antecipa uma informação. Esses links de navegação móveis conforme já descrevemos embora não fossem predominantes em termo de quantidade, podem ser considerado de grande valor informacional e traduzem uma importante saliência no texto. Além disso, exercem grande importância, pois seu caráter de atualização serve para manter os leitores/usuários sempre informados das principais notícias relacionadas à instituição.

Com base nas classificações e descrições dos links presentes nas homepages institucionais da UFC, UFMA, UFPI, compreendemos que os elementos hipertextuais (*links*), enquanto recursos semióticos não levam o leitor de uma página a outra, de um site a outro por meio de seu importante recurso de linkagem, como organizam a informação nas homepages por meio de suas estruturas, localização, função e tipo de conexão, orientando a (re)construção de sentidos das diversas relações de valores informacionais.

Outro importante aspecto a ser evidenciado é que as observações e as descrições dos links presentes nos três casos investigados corroborassem para a compreensão de que, embora os links não sejam exclusivos do gênero textual homepage, a sua organização, estruturação e localização imprimem características de particularização em relação a outros tipos de homepages. Isso nos leva a afirmarmos que de fato os links são importantes recursos semióticos que caracterizam/particularizam o gênero textual homepage institucional, que somam a outros traços desse gênero.

Passemos agora a descrição e análise do terceiro elemento caracterizador do gênero textual homepage institucional: os propósitos comunicativos.

5.3 Os propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional

A análise das três homepages institucionais confirma que a composição multimodal, com enfoque para o valor informacional, a saliência e a estruturação relacionada aos elementos hipertextuais, os *links*, está organizada com vistas à realização de propósitos comunicativos, critério importante para a construção e particularização do gênero textual homepage institucional.

Nesta pesquisa não privilegiamos a análise dos propósitos comunicativos, com base no modelo de leitura e no modelo de navegação de acordo com Askehave e Nielsen (2004). Embora reconheçamos que a lógica organizacional do gênero investigado diga respeito também à sua construção do ambiente digital, com uma estruturação que possibilite fácil acesso por parte de seus leitores/usuários, priorizamos a análise dos propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional sob a perspectiva das práticas sociais que definem os modos de manifestação dos recursos multimodais e hipertextuais presentes por meio do ambiente digital com o objetivo de realizar ações.

Askehave e Nielsen (2005) destacam que a *homepage* institucional tem como propósitos principais introduzir o usuário ao conteúdo geral do *site* e funcionar como a porta oficial de entrada do *site*, uma vez que permite ao leitor acessar e navegar pelo *site*. Na concepção de Bezerra (2004), o propósito comunicativo primário da homepage seria introduzir/apresentar o *site*, o qual poderia estar relacionado explícito ou implicitamente a criar ou consolidar a imagem do proprietário do *site*; e apresentar notícias (locais ou não).

Ao que nos interessa, parece-nos um tanto óbvio o pressuposto de que a homepage introduz ou apresenta o *site*, já que a própria definição da homepage nos orienta para essa finalidade. É, pois, extensiva a ideia de que a homepage institucional introduz e apresenta o site institucional. E assim, procuramos conhecer que propósitos outros se associam a esse propósito geral do gênero textual homepage institucional. Sendo assim, cabe ressaltarmos que a lógica organizacional das homepages institucionais é pautada por um quadricêntrico, que além de exercer importante função, organizar, selecionar e orientar a composição dos elementos constituintes do gênero textual digital está diretamente relacionado aos propósitos comunicativos do gênero no ambiente digital.

Nesse sentido, destacamos que, em geral, as homepages institucionais procuram concentrar suas informações a partir de dois princípios básicos: tornar acessíveis as informações essenciais do *site*, assistindo o usuário em sua busca e em suas necessidades de acesso; e fortalecer a identidade e o reconhecimento da instituição, com apresentação de informações que possam estabelecer uma imagem pública desejada, como salienta os relatos do *web designer* entrevistado.

Em uma homepage, seja ela institucional ou não, temos que deixar tudo claro, tudo organizado da melhor forma possível, fazer com que o usuário queira acessar aquele site. Mas também precisamos fazer com que a instituição seja apresentada da melhor forma possível, que ao acessar aquela homepage o leitor reconheça onde ele está (WD32).

Nessa perspectiva, a lógica organizacional, os recursos multimodais e os elementos hipertextuais que compõem a homepage institucional, além de bastante complexos, ressaltam determinadas zonas informacionais em detrimento de outras, as quais não foram empregadas de forma aleatória e nem despreziosa. Mais do que simplesmente oferecer sinopses, chamadas e sumários do conteúdo do *site*, ou apresentar o conteúdo do site, o uso dos recursos multimodais e hipertextuais

próprios (cores, formas, imagens, espaços em branco, saliências, *links*, etc.) intenciona atrair o leitor e fortalecer a identidade da instituição, procurando estabelecer uma imagem pública desejada, conforme já salientamos.

Em relação aos propósitos das homepages institucionais analisadas, constatamos uma preocupação dos seus produtores com o leitor/usuário, que supõe encontrar ali as informações sobre o funcionamento, a estrutura institucional, as notícias da área acadêmica, institucional, etc. Muitas vezes a lógica organizacional das homepages institucionais é guiada pela preocupação com o leitor usuário, que passa a ser foco das atenções.

Uma das etapas importantes no desenvolvimento de projetos de *sites* é a definição do público-alvo e do efeito que o projeto deve gerar na mente dos leitores/usuários. O *web designer* deve procurar entender as necessidades e limitações do público-alvo ao qual é destinado o seu trabalho, e não apenas as possibilidades tecnológicas atuais. Atingir o público-alvo constitui um dos propósitos das homepages.

Então o *web designer* tem que pensar sempre naquele cliente que está usando o *site*, que é quem vai dar resultado para aquele *site* ou não, para aquela instituição ou não. Então o certo é você sempre pensar qual o tipo de público para quem eu estou direcionando esse conteúdo, qual a melhor forma de apresentar esse conteúdo para o meu público. Então o formato vai variar conforme esse público, idade, sexo, formação. Vai influenciar várias coisas. [...] você tem que pensar no leiaute mais *clean*, mais limpo possível para facilitar, para não cansar a vista dele, porque ele está olhando para um tela luminosa [...].(WD32).

Esse fato pode ser constatado também através do uso das cores. Se antes as homepages procuravam empregar fortes e atraentes cores com o objetivo de tornar o *site* mais atraente, conforme observamos nas páginas da UOL apresentadas no capítulo 03, atualmente há uma preocupação com a suavização das cores, com fundo branco, letras com cores azuis, verdes ou pretas.

Essa mudança na suavização das cores é decorrente do fato de que a cor pode ser usada como uma ferramenta poderosa para atrair o leitor/usuário e fazer com que ele acesse por maior tempo o *site* das instituições, o que pode configurar como um recurso para alcançar um determinado propósito comunicativo: atrair o leitor/usuário e fazer com que ele permaneça mais tempo acessando o *site*.

Fontes escuras sobre fundo claro facilita a leitura e não cansa a vista, considerando que o usuário/leitor está diante de uma tela que reflete luminosidade e

pode provocar a sensação de cansaço. Em relação a esse aspecto, as cores não aparecem com a mesma tonalidade em todos os monitores e/ou telas. Nielsen e Loranger (2007) orientam que se deve usar cores que exijam o mínimo esforço do usuário, que sejam agradáveis aos olhos e possibilite uma fácil leitura. Observamos nas *homepages* institucionais analisadas uma tendência ao uso de fundo na cor branca, letras predominantemente nas cores azul, preta e verde, conforme enfatizamos ao tratarmos dos modos de saliência e enquadramento.

O uso das cores pode apresentar o poder de acelerar ou diminuir a velocidade de leitura, por exemplo: mensagens elaboradas em vermelho são lidas mais rapidamente do que as elaboradas na cor verde ou azul, já que a cor vermelha está associada a perigo. Considerando esse aspecto, observamos que, das vinte e seis *homepages* consultadas, apenas oito *homepages* traziam algum texto-verbal elaborado na cor vermelha. As demais estavam escritas na cor azul, cinza, verde, preto, predominante.

Nesta pesquisa, entendemos a homepage como um gênero textual digital, caracterizado especialmente por sua funcionalidade (a primeira página de um site), por sua composição (características multimodais e hipertextuais), por seus propósitos comunicativos (como atrair o leitor e fortalecer a identidade da instituição). A homepage constitui um gênero viso-espacial exibido em uma tela, marcado pelo ambiente digital, em que se encontram integrados recursos semióticos e hipertextuais, incluindo uma justaposição espacial de objetos com o objetivo de atrair o leitor e marcar uma identidade.

Dentre os propósitos comunicativos do gênero textual homepage institucional, estão também o de ajudar o internauta a alcançar o seu objetivo na localização das informações pretendidas de forma rápida e dinâmica. A homepage não fornece ao leitor todo conteúdo do *site*, mas apresenta uma seleção de conteúdos determinados por seus administradores que se baseiam naquilo que acreditam que irá satisfazer as necessidades e os anseios do leitor/usuário, conforme relatos apresentados pelo *web designer* entrevistado.

O *web designer* tem que conciliar os interesses do cliente contratante, levando em consideração o que ele quer. Ele quer apresentar da melhor forma possível a sua empresa, mas às vezes ele quer tanto isso que acaba por se equivocar na tentativa de fazer na melhor forma possível, que às vezes quer conduzir o designer da homepage. O *web designer* tem que trabalhar pensando no cliente dele, no cliente final daquele *site*, quem vai

consumir, tem que pensar no tipo de público que vai consumir aquele *site*. Tem que pensar conciliar o que está vindo do contratante com o que ele vai produzir para o consumidor do *site*. (WD32)..

Nesse sentido, observamos uma preocupação das homepages institucionais analisadas com apresentação de um *link* visível e funcional na lateral esquerda, domínio do dado (no caso da UFPI), e na lateral direita, domínio do novo, com repetição desse *link* na base (no caso da UFC). Constatamos também que a informação de editais e concursos nas homepages das universidades adquire um grande privilégio e assume um valor de destaque, conforme consta na homepage da UFMA.

Nesse sentido, a ação social do gênero analisado reflete uma situação recorrente, constituída de regularidades discursivas e multimodais, que demanda a realização de ações organizacionais e estruturais desse gênero que se relacionam diretamente aos propósitos comunicativos. Sendo assim, de um lado temos um usuário/produtor que se vale de procedimentos estruturais para alcançar o propósito comunicativo de um gênero e, de outro lado, temos um usuário/leitor que tem objetivos a serem alcançados durante a realização da leitura desse gênero. Essa leitura é guiada pelo conteúdo das informações apresentadas, no modo como se organizam essas informações, nas estratégias organizacionais empregadas.

Uma boa página principal funciona, antes de mais nada, como uma boa bússola, como uma bem organizada janela para seu conteúdo. Nesse sentido, compreendemos que as páginas institucionais se preocupam em constituir-se como um ponto de referência familiar onde seus leitores podem encontrar o que procuram. Como uma boa bússola, a homepage institucional procura possibilitar ao leitor/usuário, através de sua lógica organizacional e de todos os recursos de que dispõe hierarquias de significações, com priorização de determinados recursos em detrimento de outros.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, buscamos abrigo nos estudos de gêneros textuais, definidos por nós como uma ação social de linguagem, manifestada por meio dos diversos modos de expressão e orientada de forma a realizar objetivos ou propósitos, situados histórica e culturalmente, que podem estar vinculados ao surgimento e à disseminação de meios tecnológicos digitais.

Entendemos que esses meios tecnológicos digitais possibilitam e até impõem a criação de novos modos de expressão. O que nos levou a perceber, desde o início da pesquisa, que nossa intenção seria defender o *status* genérico da *homepage* institucional, embora em muitos casos nos detivemos a mostrar esse artefato teórico. As nossas preocupações tiveram como principal objetivo, nesta pesquisa, analisar os recursos multimodais, os elementos hipertextuais e os propósitos comunicativos, que contribuem para a constituição do gênero textual *homepage* institucional.

Muitos foram os questionamentos, as reflexões, os recortes, as discussões necessários para que pudéssemos analisar todos esses atributos genéricos da *homepage* de universidades federais. Foi necessário entendermos inicialmente que **a *homepage* institucional constitui um gênero textual digital, caracterizado especialmente por sua funcionalidade (expressa na primeira página do *site*), por sua composição (características multimodais e hipertextuais) e por seus propósitos comunicativos (atrair o leitor e fortalecer a identidade da instituição), no ambiente digital.**

Nesse sentido, passamos a compreender que muitos aspectos precisavam ser cuidadosamente analisados e evidenciados, nesta pesquisa, para que não lhe fosse impressa a ideia de superficialidade teórica em relação à definição do *status* genérico da *homepage* institucional e nem ficasse a incerteza de que este trabalho não possui o mérito necessário. Sendo assim, tomamos a decisão de selecionar todo o referencial teórico para construção deste estudo e buscamos em Bhatia (2004) as orientações necessárias para a incursão metodológica da pesquisa.

Contudo, percebemos que nem todos os sete passos orientados pelo autor para a análise do gênero textual digital, de fato, se faziam necessários e viáveis a esta pesquisa, o que nos exigiu um redimensionamento em cinco passos metodológicos, conforme descrevemos no Capítulo 05 A *homepage* institucional e os

traços genéricos constitutivos. Cabe enfatizarmos que a aplicação dessa proposta teórico-metodológica de Bhatia (2004) nos possibilitou ferramentas fundamentais para as incursões na análise do gênero textual homepage institucional, na medida em que os passos metodológicos puderam ser flexibilizados e adaptados de acordo com as conveniências do objeto deste estudo.

Nesse sentido, para respondermos aos questionamentos levantados e alcançarmos os objetivos a que nos propusemos, nesta pesquisa, realizamos três segmentos de análises que partiram dos estudos sobre gêneros textuais, especialmente, dos gêneros textuais digitais, quais sejam:

- a análise da composição multimodal do gênero textual digital *homepage* institucional, orientada pela Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), com ênfase nos aspectos contemplativos da GDV, relacionados à aplicabilidade no gênero textual homepage institucional;
- a análise dos *links* constituintes do gênero, com descrição da forma como estão estruturados na lógica organizacional da *homepage* institucional, descrevendo-os a partir de quatro critérios: tipos de morfologias; tipos de funções; lugar de conexão; e localização na *homepage* institucional;
- a análise dos propósitos comunicativos da *homepage* institucional, com base na constatação de que a composição multimodal (o valor informacional, a saliência e o enquadramento), relacionada aos elementos hipertextuais (os *links*), embora não sejam exclusivos desse gênero, está organizada com vistas à realização de seus propósitos comunicativos.

Ressaltamos que para analisarmos o gênero textual homepage institucional foi necessário que priorizássemos alguns aspectos em detrimento de outros e estabelecêssemos os recortes necessários. Em relação à multimodalidade, nos detivemos a analisarmos a homepage institucional com base na metafunção composicional, que tem foco na composição textual, pois entendemos que a multimodalidade composicional traria significativas informações que poderiam, sobremaneira, servir à caracterização e particularização do gênero textual digital investigado. Outro recorte coube à descrição e à análise dos *links* com base em sua morfologia, função, conexão e localização. Primeiro, porque focalizamos os *links* que fossem predominantes nas homepages institucionais investigadas; segundo, para que não estendêssemos nosso estudo à análise navegacional do *site*, delimitamos a análise desses recursos à visualidade da superfície do texto.

Com base na análise composicional, constatamos que, na homepage institucional, o visual/gráfico (imagens, vídeos, cores, espaços vazios, *links*, planos, saliências, enquadramentos etc) destaca-se em detrimento do estritamente verbal, o que nos leva a destacar que se trata de um gênero textual digital com predominância de recursos semióticos variados, que conduzem a um *continuum* de informatividade composicional elevado.

Esse *continuum* está atrelado à integração multimodal do verbal e do visual/gráfico e configura a lógica organizacional para a realização dos propósitos comunicativos, que são guiados pelo fato de a homepage constituir a primeira página de um *site* e funcionar como porta de acesso às informações que o *site* deseja apresentar. Como “porta de acesso”, as homepages institucionais analisadas possibilitam a acessibilidade a várias informações, a facilidade de leitura e de navegação e a disponibilização adequada dos conteúdos que respondem a necessidades de seus leitores/usuários.

Nessa perspectiva, defendemos que a lógica organizacional das homepages institucionais é pautada por um quadricêntrico, que exerce importante função, que organiza, seleciona e orienta a composição dos elementos constituintes do gênero textual digital. Esse quadricêntrico, no qual nos apoiamos para análise dos traços genéricos da homepage de universidades federais, postula que não é possível existirem *homepages* institucionais sem recursos semióticos, incluindo os *links*, que permitam a construção de sentidos e o acesso a outras páginas do *site* institucional ou a outros *sites*. Esses recursos semióticos são regidos por uma lógica organizacional caracterizado especialmente por um leiaute para a realização de propósitos comunicativos que vão desde a apresentação da instituição, ao estabelecimento de uma identidade institucional ao ato de facilitar a leitura e o acesso ao *site*.

Portanto, mais do que simplesmente oferecer sinopses, chamadas e sumários do conteúdo do *site*, apresentação de cores, formas, imagens, através de seus recursos multimodais próprios, o gênero textual *homepage* institucional pretende atrair o leitor e fortalecer a identidade da instituição, procurando estabelecer uma imagem pública desejada. Além disso, o gênero textual *homepage* institucional não fornece ao leitor todo conteúdo do *site*, mas apresenta uma seleção de conteúdos determinados por seus administradores que se baseiam naquilo que acreditam que irá satisfazer as necessidades e os anseios do leitor/usuário.

A página principal deve funcionar como uma boa bússola, como uma porta organizada para o acesso ao seu conteúdo. Ela deve ser o ponto de referência familiar onde seus leitores podem encontrar o que procuram, estabelecendo, com base na sua adequação composicional, um caminho natural para descobrir outros conteúdos em sua página, no seu *site* e em outros *sites*.

Destacamos, porém, que se, por um lado, as análises e os pressupostos ora empreendidos nesta pesquisa foram suficientes para defendermos a tese de que a homepage institucional constitui um gênero textual marcado pela multimodalidade no ambiente digital, por outro lado, temos a clareza de que os resultados deste estudo nos dão indicações de que grandes e importantes aspectos não puderam ser contemplados, fica assim alguns dos impasses (pre) vistos e (quase) superados, a começar pelo levantamento bibliográfico:

Vimos na literatura sobre gêneros textuais digitais a necessidade de refletirmos sobre concepções teóricas e terminológicas e assumirmos posicionamentos que possivelmente possam ser revistos, mas que para esse momento foram cruciais na investigação deste objeto. Compreendemos que conhecer sobre o *design* visual digital foi importante para que não tivéssemos a enganosa sensação de que a GDV sozinha consegue dar conta de todos os casos relacionados ao *design* visual. E questionamos o fato de os hipertextos digitais serem vistos como “seres supremos” de “forças extraordinárias”, capazes de “produzir percepções jamais antes experienciadas em qualquer outro modo de enunciação analógico” (XAVIER, 2002, p. 29).

Em relação ao levantamento bibliográfico para a construção deste estudo, também nos inquietou o fato de, que em muitas das pesquisas na área da Informática, manuais inteiros são elaborados sem citações, sem referências bibliográficas, com a “inspiração do além”, desprezando a máxima do pensamento bakhtiniano de que o texto não é construído isoladamente, mas correlacionado com outros discursos similares e/ou próximos. Além disso, também nos incomodou o fato de que teses inteiras são elaboradas e aprovadas com cópias fieis de grandes excertos cujos autores não são sequer mencionados no decorrer de mais de cento e oitenta páginas de estudo.

Os estudos sobre o gênero textual *homepage*, em geral os realizados aqui no Brasil, se concentram nas análises da relação entre os usuários (leitor e produtor) e o gênero textual; como esses usuários se comportam em contato com o ambiente

digital; e como o meio eletrônico interfere na percepção desses usuários, o que nos impõe afirmarmos que outros tipos de homepages estão sendo desconsideradas, como as homepages institucionais e as comerciais.

Como limitações desta pesquisa ressaltamos o fato de não podermos oferecer uma generalização maior da lógica organizacional das homepages institucionais, centrando nossa análise com base em três homepages (UFC, UFMA, UFPI). Contudo, na tentativa de sanar essa dificuldade fizemos consultas e análises prévias de outras vinte e duas homepages institucionais. Essa limitação foi com o objetivo de focarmos mais especificamente os recursos composicionais de cada das fontes investigadas e atribuímos um caráter didático organizacional ao capítulo de análises, já que nos foi exigido lidar com uma diversidade de modos composicionais que precisavam ser investigados, mas também era necessário serem devidamente ilustrados.

Outro impasse desta pesquisa envolveu áreas de conhecimentos com as quais não estávamos acostumadas, especialmente, a Informática que nos exigiu conhecermos muito além de termos técnicos, como *browser*, código *HTML*, *softwares*; e *Design*, e nos foi imposto também sabermos as diferenças essenciais entre os tipos de designs: *design* gráfico, *design* participativo, *design* da informação, *design* de interface, para que a partir daí pudéssemos analisar o design visual digital.

Contudo, mais do que a sensação de dificuldade, fica a certeza de contribuir, especialmente, para mudanças de olhar em relação aos modos composicionais dos gêneros textuais digitais, com base em pressupostos teóricos e metodológicos que, de fato, possam contribuir para a aplicação em diversos outros arquétipos genéricos.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ, M. **Etnografia da prática escolar**. Campinas: Papyrus, 1995.

ARAÚJO, J. C. **Chat na web**: um estudo de gênero hipertextual. 2003. 179 f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal do Ceará, 2003.

_____. **Os chats**: uma constelação de gêneros na internet. 2006. 341. Tese (Doutorado em Linguística). Universidade Federal do Ceará, 2006.

_____. (Org.) **Internet & Ensino**: novos gêneros, outros desafios. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

_____. O texto em ambientes digitais. In: Carla Viana Coscarelli. (Org.). **Leituras sobre a leitura**: passos e espaços na sala de aula. Belo Horizonte: Vereda, 2013.

ARAÚJO, J.C. ; LIMA-NETO, V. . Ruptura não, linkagem sim: o hipertexto e as enunciações na web. **Veredas** (UFJF. Online), v. 16, p. 56-67, 2012.

ARAÚJO, J. C.; BIASI-RODRIGUES, B. A natureza hipertextual do gênero chat aberto. In: ARAÚJO, J. C.; BIASI-RODRIGUES, B (orgs). **Interação na Internet**: novas formas de usar a linguagem. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 48-62

ARNHEIN, R. **Arte e percepção visual**: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

ASKEHAVE, I.; NIELSEN, A. Web-mediated genres: a challenge to traditional genre theory. **Working Papers**, n. 6, p. 1-50, 2004.

_____. *Digital genres: a challenge to traditional genre theory*. **Information Technology & People**, v. 18, n. 2, p.120-141, 2005.

ASKEHAVE, I.; NIELSEN, A. E. *Web-mediated genres: a challenge to traditional genre theory*. **Working Papers**, n. 6, p. 1-50, 2004.

ASKEHAVE, I.; SWALES, J. M. *Genre identification and communicative purpose: a problem and a possible solution*. **Applied Linguistics**, v. 22, n. 2, p. 195-212, 2001.

BALDRY, A.; THIBAUT, P. J. **Multimodal Transcription and Text Analysis**: a multimedia toolkit and coursebook with associated on-line course. Equinox: London, 2006.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 6 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BAZERMAN, C. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2009.

BEZERRA, B. G. **A distribuição das informações em resenhas acadêmicas**. Fortaleza, 2001. 114p. Dissertação (Mestrado em Lingüística) Programa de Pós-Graduação em Lingüística. Universidade Federal de Fortaleza.

_____. **Gêneros introdutórios em livros acadêmicos**. 2006. 256f. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

_____. Gêneros introdutórios mediados pela web: o caso da homepage. **Hipertextus revista digital** (UFPE), v. 1, p. 1-10, 2007.

_____. Gêneros introdutórios em ambiente virtual: uma (re) análise dos propósitos comunicativos. *Linguagem em (Dis)curso*, v. 9, p. 463-487, 2009.

_____. Suportes de gêneros textuais antes da invenção da imprensa: uma análise do livro. **Diálogos: Revista de Estudos Culturais e da Contemporaneidade**, v. 1, p. 83-101, 2011.

BEZERRA, F. A. S. **Language and image in the film *Sex and the city*: a multimodal investigation of the representation of women**. 2012. 498 f. Tese (Doutorado em Letras). Programa de Pós-Graduação em Inglês. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2012.

BIASI-RODRIGUES, B.; BEZERRA, B. G. Propósito comunicativo em análise de gêneros. **Ling. (dis)curso**, Tubarão, v. 12, n. 1, abr. 2012. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322012000100011&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 03 dez.. 2012. <http://dx.doi.org/10.1590/S1518-76322012000100011>.

BIASI-RODRIGUES, B. O papel do propósito comunicativo na análise de gêneros: diferentes versões. In: **4º Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais**, 2007, Tubarão SC. Anais. Tubarão: Unisul, 2007. v. 1. p. 729-742. Disponível em: <http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/28.pdf>. Acesso em set. 2012.

BHATIA, V. K. **Analysis genre: language use in professional settings**. London and New York. Longman, 1993.

BHATIA, V. K. *Genre analysis today*. **Revue Belge de Philologie et d'Histoire**, Bruxelles, v. 75, n. 3, p. 629-652. 1997. [Tradução: Benedito Gomes Bezerra].

BHATIA, V. K. **Worlds of Written Discourse: a genre-based view**. London: Continuum, 2004.

BONINI, Adair. Mídia / suporte e hipergênero: os gêneros textuais e suas relações. **Rev. bras. linguist. apl.**, Belo Horizonte, v. 11, n. 3, 2011. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982011000300005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: jan. 2013. <http://dx.doi.org/10.1590/S1984-63982011000300005>.

BRAGA, D. B. A comunicação interativa em ambiente hipermídia: as vantagens da hipermodalidade para o aprendizado no meio digital. In: MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A.C. **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. São Paulo: Cortez Editora, 2005, p. 144-169.

CAVALCANTE, M. C. B. Mapeamento e produção de sentido: os links do hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. São Paulo: Cortez Editora, 2005, p. 170-180.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. (Trad.) Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2012.

CODINA, L. **H de Hypertext, o la teoría de los hipertextos revisitada**. *Multimedia y Documentación Informativa: Tendencias actuales*. Número especial 6-7, 1998. Disponível em: <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/codina.htm>. Acesso em 13 jun. 2012.

COSCARELLI, C. V. **Leitura em ambiente multimídia e a produção de inferências**. 1999. Tese (Doutorado em Linguística). Faculdade de Letras, UFMG, 1999.

_____. Textos e hipertextos: procurando o equilíbrio. In: Araújo, Júlio César (Org). **Linguagem em (Dis)curso**. Palhoça, Santa Catarina: PPGCL / UNISUL. vol 9 nº 3, set. / dez., 2009

COSTA, I. B. Contribuições ao debate sobre a relação entre gêneros textuais e suporte. **Revista Letras**, Curitiba, n. 75/76, p. 183-196, maio/dez. 2008.

CROWSTON, K.; WILLIAMS, M. *Reproduced and emergent genres of communication on the World-Wide Web*. In: **Proceedings of the Thirtieth Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS '97)**. Maui, Hawaii, 2000.

_____. *Reproduced and Emergent Genres of Communication on the World Wide Web*. **The Information Society**, 2000. Copyright c 2000 Taylor & Francis.

DESCARDECI, M. A. A. S. Ler o mundo: um olhar através da semiótica social. **Educação Temática Digital**, Campinas, v.3, n.2, p.19-26, jun. 2002.

DIAS, M. F. Rotas de navegação: a importância das hipóteses para a compreensão dos hipertextos: In: COSCARELLI, c. v. (Org.) **Hipertextos na teoria e na prática**. Autêntica Editora: Belo Horizonte. 2012.

DILLON, A; GUSHROWSKI, B. A. *Genres and the Web: Is the Personal Homepage the First Uniquely Digital Genre?*. **Journal of the American Society of Information Science** (51:2), January 2000. Disponível em: <http://www.tal.univ-paris3.fr/sfleury//sensnet/biblio-sensnet/GenreAndWeb-HomePage2000.pdf>. Acesso em: out. 2012.

DIONÍSIO, A. P. Gêneros textuais e multimodalidade. In: KARWOSKI, A.M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs). **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. 4 ed. São Paulo: Parábola, 2011.

DONATI, L. P; CARVALHO, H. PRADO, G. Sites na Web: Considerações sobre o Design Gráfico e a Estrutura de Navegação. **Revista da Pós Graduação, Instituto de Artes, Unicamp**. Campinas, vol.1, n.1, pp.27-39, 1997. Disponível em: <http://www.cap.eca.usp.br/wawrwt/textos/varios1.html>. Acesso em: 13 de jan. 2014.

FAJKARZ, C. **Homepages de sites noticiosos**: entre o jornalismo e o marketing. Um estudo de caso dos sites MSN, UOL e Globo.com. 168 f. Dissertação (Mestre em Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Faculdade Cásper Líbero. São Paulo. 2013.

FERRAZ, J. A. **A Multimodalidade no Ensino de Português como Segunda Língua: novas perspectivas discursivas críticas**. 2011. 200 f. Tese (Doutorado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade de Brasília. Brasília, 2011

FERREIRA, A. B. H. Dicionário Eletrônico Aurélio Século XXI. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira e Lexikon Informática, 2009.

FIORIN, J. L. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática. 2008.

FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do *design* e da comunicação. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

GOMES, L. F. **Hipertextos multimodais: o percurso de apropriação de uma modalidade com fins pedagógicos**. 2007. 212 f. Tese (Doutorado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem. Universidade Estadual de Campinas. Campinas. 2007.

_____ **Hipertextos multimodais**: leitura e escrita na era digital. Jundiaí: Paco Editorial, 2010.

_____ **Hipertexto**: no cotidiano escolar. São Paulo: Cortez, 2011.

HISSA, D. L. A. **A organização das informações em portais educacionais a partir de seus links**: uma descrição comparativa dos portais centro virtual cervantes e educarede. 2009. 196 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2009.

JORDÃO, Fábio. **Pixel: o que você precisa saber sobre ele?**. TECMundo. 2011. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/pixel/7529-pixel-o-que-voce-precisa-saber-sobre-ele-.htm#ixzz2zcekLwMz>. Acesso em: 11 de Marc. 2014.

NORRIS, S. **Analyzing multimodal interaction: a methodological framework**. London. New York: Routledge, 2004.

O'HALLORAN, K. L. *Multimodal Discourse Analysis*. In K. Hyland and B. Paltridge (Eds) **Companion to Discourse**. London and New York: Continuum. (2011, in

press) Disponível em: [http://multimodal-analysis-lab.org/_docs/pubs14-OHalloran\(in%20press%202011\)-Multimodal_Discourse_Analysis.pdf](http://multimodal-analysis-lab.org/_docs/pubs14-OHalloran(in%20press%202011)-Multimodal_Discourse_Analysis.pdf). Acesso em: 12 de dez. 2013.

O'HALLORAN, K. L. *Análisis del discurso multimodal*. **Revista Latino Americana de Estudos do Discurso**. *ALED* 12 (1), pp. 75-97. 2012.

IEDEMA, R. *Multimodality, resemiotization: extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice*. **New South Wales**, Sydney, Australia: Sage Publications, 2003. Disponível em: <http://www.umass.edu/accele/llc/794d/pdf/social%20semiotics%20ledema%202007.pdf>. Acesso em: 03 agost. 2013.

JEWITT, C. *Different approaches to multimodality*. In Jewitt, C. (Ed.). **The Routledge Handbook of Multimodal Analysis**. London: Routledge, 2009.

KARWOSKI, A.M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 4 ed. São Paulo: Parábola, 2011.

KOCH, I. G. V. Hipertexto e construção do sentido. **Alfa**, São Paulo, 51 (1): 23-38, 2007.

KOMESU, F. C. **A escrita das páginas eletrônicas pessoais da internet: a relação autor-herói/leitor**. 122 f. Dissertação (Mestrado) em Lingüística. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas - SP, 2001.

_____. Pensar em Hipertexto. In: ARAÚJO, J. C.; BIASI-RODRIGUES, B (orgs). **Interação na Internet: novas formas de usar a linguagem**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 87-108.

KRESS, G.; van LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. 2. ed. London. New York: Routledge, 2006.

KRESS, G. **Multimodality: A social semiotic approach to contemporary**. New York: Routledge, 2010.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar: Uma abordagem do bom senso à navegabilidade da Web**. São Paulo: Market Books, 2001. 208 p

LATHAM, E. E. M. **Linguagem, identidade e gênero na comunicação mediada por computador: um estudo de webpages pessoais de mulheres**. (Tese de Doutorado não-publicada). Programa de Pós-Graduação em Lingüística, Universidade Estadual de Campinas, SP. 2006.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Edições. Loyola, 1998.

_____. **O que é virtual?**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

LIMA-LOPES, R. E. **Sociosemiótica da Produção Audiovisual: Uma Proposta Metodológica para Análise Multimodal da Comunicação em Vídeo**. 2012. 282 f. Tese

(Doutorado em Linguística Aplicada). Instituto de Estudos da Linguagem. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2013.

LIMA-NETO, V. **Mesclas de gênero do *orkut***: o caso do *scrap*. 2009. 213 f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística, da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2009.

LOPES, A. K. C. **Uma colônia de gêneros anúncios**. 2008. 181 f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística, da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2008.

_____. **A natureza multimodal de uma constelação de gêneros cartas**. 2008. 262 f. Tese (Doutorado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística, da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2013.

LOVATO, C. S. **Análise de gênero: investigação da organização retórica de notícias de popularização da ciência na revista ciência hoje online**. 2010. 116 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) Programa de Pós-Graduação Letras. Universidade Federal de Santa Maria. 2010.

MARSHALL, D. **Pesquisadores da linguagem no ciberespaço**: um estudo sobre o gênero *homepage* pessoal. 2005, 148f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria: RS, 2005.

MARCUSCHI, L. A. O hipertexto como um novo espaço de escrita em sala de aula. **Linguagem & Ensino**, Vol. 4, No. 1, 2001 (79-111)

_____. A questão do suporte dos gêneros textuais. **DLCV: Língua, Linguística e Literatura**, João Pessoa, v. 1, n. 1, p. 9-40, out. 2003. Disponível em: http://www3.sme.pmmc.com.br/arquivos/matrizes/matrizes_portugues/anexos/texto-15.pdf. Acesso em: mai 2012.

_____. **Gêneros textuais**: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. **Gêneros textuais e ensino**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005a.

_____. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital
MARCUSCHI, L. A; XAVIER, A.C. **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. São Paulo: Cortez Editora, 2005b.

_____. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

_____. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, A.M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs). **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. 4 ed. São Paulo: Parábola, 2011

MARCUSCHI, L. A; XAVIER, A.C. **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. São Paulo: Cortez Editora, 2005.

MIRANDA, S. M. S. B. **O Segredo Ainda é a Alma do Negócio? Uma Análise do Discurso de Home Pages de Serviços Nacionais de Inteligência.** 122 f. Dissertação (Mestrado em Letras). Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro. 2006.

MORAES, E. V. H. **Homepage de fanfictions:** um estudo bidimensional de gênero na concepção sociorretórica. 2009. 186 f. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa). Pontifícia Universidade Católica, São Paulo. 2009. Disponível em: http://www.sapientia.pucsp.br//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=10434. Acesso: set 2012.

NELSON, T. H. Opening hypertext: a memoir. In. TUMAN, M. C. (ED.) Literacy online. The promise (and peril) of reading and writing with computers. Pittsburgh & London: University of Pittsburgh Press, 1992.

NIELSEN, J.; LORANGER, H. **Usabilidade na Web:** projetando websites com qualidade. Rio de Janeiro: Elsevier - Editora Campus, 2007.

NIELSEN, J.; TAHIR, M. **Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed,** New Riders Publishing, Indianapolis, 2002.

NORRIS, S. **Multiparty interaction: a multimodal perspective on relevance.** *Discourse Studies*, v. 8, n. 3, 2006, p. 401–421.

NOVELLINO, M. O. **Imagens em movimento: a multimodalidade no material para o ensino de inglês como língua estrangeira.** 2011. 243 f. Tese (Doutorado em Letras). Programa de Pós-Graduação. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2011.

OLIVEIRA, E. M. **A produção textual em comunicação social:** uma proposta multimodal. 2009. 133f. *João Pessoa*, 2009.

PÁDUA, E. M. M. **Metodologia de pesquisa:** abordagem teórico-prática. 10 ed. Campinas, SP: Papirus, 2004.

PEREIRA, J. T. Educação e Sociedade da Informação. In COSCARELLI, C. V.; RIBEIRO, A. E. (orgs). **Letramento digital.** aspectos sociais e possibilidades pedagógicas. 3 ed. Belo Horizonte: Autêntica. 2011.

PORTUGAL, C. **Design, Educação e Tecnologia.** Rio de Janeiro: Rio Books, 2013.

POSSENTI, S. Notas um pouco céticas sobre hipertexto e construção do sentido. *Educar, Curitiba*, n. 20, p. 59-75. 2002. Editora UFPR. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/educar/article/view/2098> Acesso em: 21 jul. 2013.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E- Compós** (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

RIBEIRO, A. E. **Navegar lendo, ler navegando: aspectos do letramento digital e da leitura de jornais.** 2008. 243 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

RIGO, P. V. R. **Comunicação e Design: a linguagem visual para home page de jornais on-line.** 2007. 156 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens). Universidade Tuiuti, Paraná, 2007.

RIGOLIN, D. C. **Saliências visual e subjetiva como elementos norteadores na leitura de hipertextos jornalísticos.** 2006. 123 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada). Instituto de Estudos da Linguagem. Universidade Estadual de Campinas. 2006.

RODRIGUES, R. H. Análise de gêneros do discurso na teoria Bakhtiniana: algumas questões teóricas e metodológicas. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, n. 2, p. 415-440, jan./jun. 2004.

_____. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem: a abordagem do Círculo de Bakhtin. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros: teorias, métodos, debates.** São Paulo: Parábola, 2005.

ROJO, R. Gêneros do discurso e gêneros textuais: questões teóricas e aplicadas. In: MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs) **Gêneros: teorias, métodos, debates.** São Paulo: Parábola, 2005.

SANTAELLA, L. O novo estatuto do texto nos ambientes de hipermídia. In: SIGNORINI, I. *et al* (Org.). **[Re]discutir texto, gênero e discurso.** São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

SCHNEUWLY, B. Gêneros e tipos de discurso: considerações psicológicas e ontogenéticas. In: SCHNEUWLY, B.; DOLZ, J. **Gêneros orais e escritos na escola.** Campinas: Mercado de Letras, 2004.

SHEPHERD, M; WATTERS, C. *The Functionality Attribute of Cybergenres, In Proceedings of the Thirtieth-Second Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Maui, Hawaii, 1999. Disponível em: http://web.cs.dal.ca/~shepherd/pubs/functionality_attribute.pdf. Acesso out. 2012.

SHEPHERD, M. WATTERS, C. *The Evolution of Cybergenres”, In Proceedings of the Thirtieth-First Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Maui, Hawaii, 1998. Disponível em: <http://web.cs.dal.ca/~shepherd/pubs/evolution.pdf>. Acesso em out. 2012

SIEGEL, David, **Criando Sites Arrasadores na Web II.** Tradução de Túlio Camargo Silva . São Paulo: Quark Books, 1998.

SILVA, R. R. **Web arte X Web design: conflitos e aproximações.** 2010. 186 f. Dissertação (Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica – PUC, São Paulo. 2010.

SOUZA, A. G. **Software**: esboço de um estudo para as ciências da linguagem. 2010. 136 f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Federal de Pernambuco. 2010.

SOUZA, V. V. S. **Dinamicidade e adaptabilidade em Comunidades Virtuais de Aprendizagem: uma textografia à luz do Paradigma da Complexidade**. 2011. 256. f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos). Faculdade de Letras. Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais, 2011.

SWALES, John M. *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

_____. **Research genres**: exploration and applications. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

SOUSA, M. M. A organização textual-discursiva dos anúncios de turismo no Ceará. 2005. 213 f. Tese (Doutorado em Linguística). Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2005.

TAVORA, Antônio Duarte Fernandes. A subsunção da categoria suporte de gêneros pela noção de interação. **Ling. (dis)curso**, Tubarão, v. 12, n. 1, Apr. 2012 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322012000100014&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 05 nov. de 2012. <http://dx.doi.org/10.1590/S1518-76322012000100014>.

VAN LEEUWEN, T. **Introducing Social Semiotics**. London/ New York: Routledge, 2005.

XAVIER, A. C. O **Hipertexto na sociedade da informação**: a constituição do modo de enunciação digital. Tese de doutorado. Departamento de Linguística Aplicada da Unicamp, 2002.

YATES, J; ORLIKOWSKI, W. J. 1992. *Genres of organizational communication: A structural approach to studying communications and media*. **Academy of Management Review** 17(2):299–326.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário aplicado com leitores/usuários intuitivos da internet

NOME (OPCIONAL):
SEXO:
IDADE:
FORMAÇÃO:
PROFISSÃO/ATUAÇÃO:

Para responder às questões que seguem, você precisa observar e analisar as imagens, representações da primeira página dos sites da Universidade Federal do Ceará, da Universidade Federal do Maranhão e da Universidade Federal do Piauí, que poderá acessar diretamente nos seguintes endereços: www.ufc.br , www.ufma.br, www.ufpi.br.

1. Como você nomeia/denomina essas páginas a que você teria acesso na internet através dos endereços www.ufc.br, www.ufpi.br, www.ufma.br? Explique por que você utilizou essa denominação/terminologia.
2. Quais elementos textuais (verbais e não verbais) constituintes dessas páginas você observa?
3. Esses elementos textuais (verbais e não verbais) são importantes para a construção dessas páginas? Por quê?
4. Considerando os elementos textuais verbais e não verbais presentes nas páginas, responda se há semelhanças de uso entre elas. Quais as semelhanças entre as três páginas que você acessou?
5. Considerando os elementos textuais verbais e não verbais presentes nas páginas, responda se há diferenças de uso entre as três páginas? Quais as diferenças entre as páginas das três instituições que você acessou?
6. Ao observar a estrutura e a composição da página inicial das três instituições, o que você identifica em relação aos propósitos (objetivos/intenções) dessas páginas?


APÊNDICE B – Roteiro de entrevista aplicada com *web designer*

1. Há quanto tempo você trabalha com criação de *homepages*? Quais as atribuições de um *web designer* na produção da *homepage*?
2. Há um responsável pela criação da *homepage* da universidade? Você participou dessa criação?
3. Quem você vê como potenciais leitores das *homepages* institucionais?
4. Você já fez grandes mudanças na *homepage* da universidade? Com que frequência? E por quê?
5. Quando essas mudanças são solicitadas, quais especificações são estabelecidas?
6. Qual é a natureza das regras, normas para a organização dessas *homepages*?
7. Até que ponto um *web designer* tem consciência da natureza dessas regras que podem permitir o efeito da leitura pretendida? Ou não há uma sistematização dessas regras?
8. Quais os propósitos comunicativos para a definição das características das *homepages* institucionais?
9. O público-alvo com o qual as *homepages* dialogarão pode interferir na escolha do padrão das *homepages*?
10. Como são escolhidos o tamanho, as cores e as formas das letras? E como são escolhidas as imagens? Como são feitas as montagens dos textos na *homepage*?

APÊNDICE C – Leiaute da homepage da Universidade Federal do Ceará – UFC

Acesso à Informação **BRASIL**

Acessibilidade | Mapa do site | Fonte: A | A- | A+ | Ativar contraste



**UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ**

Acesso à Informação Contatos Ouvidoria

[Início](#) | [A Universidade](#) | [Ensino](#) | [Pesquisa](#) | [Extensão](#) | [Internacional](#) | [Notícias](#) | [Alunos](#) | [Servidores](#) | [UFC Digital](#)

Concursos e seleções públicas

Fique de olho nas vagas


Concursos e seleções públicas
Fique de olho nas vagas

Acesso a toda, para todos
UFC Digital


Destaque na mídia social
UFC

Feira das Profissões
2013


Notícias em Destaque



Divulgados dados consolidados sobre classificáveis do SiSU; chamada na próxima semana



UFC vence concorrência para concessão de rádio educativa no Cariri



Prof. Manassés Fonteles faz parte, agora, do quadro de professores eméritos da UFC

Pró-Reitoria de Administração informa mudança no expediente
A Pró-Reitoria de Administração informa que, excepcionalmente, a partir de meio-dia de hoje (6) até o meio-dia de segunda-feira (9), não haverá expediente na Secretaria...

Entrega das camisetas da V Feira das Profissões será nos dias 19 e 20 de setembro
Alunos inscritos como voluntários da V Feira das Profissões devem comparecer, nos próximos dias 19 e 20, entre 8h e 18h, ao auditório da Pró-Reitoria de Graduação...

Curso de Física Semipresencial abre seis vagas para tutores presenciais
O curso semipresencial de Física da UFC inscreve, até 15 de setembro, para seleção de seis tutores presenciais, para os polos de Aracoiaba (2), Barbalha (1), Camocim (2)...

Professor de Zootecnia participa de coletânea internacional de pesquisas sobre abelha melífera
O professor do Departamento de Zootecnia do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal do Ceará, Breno Magalhães Freitas, é um dos participantes da iniciativa...

IV Caminhada Pravida esclarece, domingo, sobre prevenção ao suicídio
Com a mensagem de que "a prevenção do suicídio sempre é possível", o Projeto de Apoio à Vida (Pravida), atividade de extensão da Universidade Federal do Ceará, em...

Seminário "Transporte Público e Direito à Cidade" recebe representantes do Movimento Passe Livre
Em meio às discussões nacionais sobre mobilidade urbana e cidadania, será realizado, em Fortaleza, nessa sexta-feira (6), o seminário "Transporte Público e Direito à...".

UFC passa a integrar Rede Nacional da Primeira Infância
A UFC passou a integrar a Rede Nacional da Primeira Infância (RNPI), composta por 130 instituições da sociedade civil, do Governo Federal, de entidades privadas, bem como...

NOTA À COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA: UFC reitera repúdio à homofobia
Como instituição pública, a Universidade Federal do Ceará privilegia o diálogo com os mais diversos segmentos da sociedade, desde que pautado pelo irrevogável respeito...

Abertas inscrições para Prêmios Santander Universidades
Permanecem abertas, até 17 de setembro, as inscrições para a edição 2013 do Prêmio Santander Universidades. Alunos de graduação e pós-graduação, professores...

Aberta seleção para curso de português para estrangeiros
Estão abertas as inscrições para o Curso de Extensão de Língua Portuguesa e Cultura Brasileira para falantes de outros idiomas. O Curso, oferecendo 45 vagas, faz parte...

Mais Notícias

Na Reitoria

- [Calendário Universitário 2013](#)
- [Agenda do Reitor](#)

Destques na UFC

- [Biblioteca](#)
- [Cultura e Arte](#)
- [Hospitais e Saúde](#)
- [Desporto Universitário](#)
- [Memória da UFC](#)
- [Editais de Licitação](#)
- [Notícias e Editais de Concursos e Seleções](#)
- [Comunicação e Marketing](#)


Programa UFCTV

Programa UFCTV 03.09.2013
No programa de hoje você confere as novidades que alunos e professores encontraram nos campi da UFC. A gente [mostra...](#)


[@UFCinforma](#)

Buscando mensagens no twitter...


Acesso Rápido




**SOLICITAÇÃO DE SERVIÇOS
UFC DIGITAL**




Acesso ao SISTEMA




CLIQUE




SiSU




**ANUÁRIO
ESTATÍSTICO
2012
BASE 2011**



**Carta de
Serviços ao
Cidadão**





**Biblioteca
Universitária**



**Plano de
Desenvolvimento
Institucional 2013**

Biblioteca
Cultura e Arte
Hospitais e Saúde
Desporto Universitário
Memória da UFC
Editais de Licitação
Notícias e Editais de Concursos e Seleções
Comunicação e Marketing

Sobre o site
Dominios [ufc.br](#)
Mapa do site

Av. da Universidade, 2853 - Benfica, Fortaleza - CE, CEP 60020-181 - Ver mapa
Fone: +55 (85) 3366 7300

© 2013 Secretaria de Tecnologia da Informação/Divisão de Portais Universitários Ir para o topo

APÊNDICE D - Leiaute da homepage da Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Acesso à Informação
BRASIL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Q
Fonte: A- | A | A+ | contraste

Instituição
Ensino
Pesquisa
Extensão
Documentos
Serviços



Abertas as inscrições para **CARGOS**
 de Professor Substituto
 e Professor Assistente

saiba
 mais

< >

Notícias
Editais
Eventos
Resultados

RSS
Facebook
Twitter
YouTube


<p>06/09/2013 19:26 Alunos promovem a V Jornada Maranhense de Cirurgia Vascular</p> <p>06/09/2013 18:01 Campus Avançado da UFMA Imperatriz inicia as aulas na segunda (9)</p> <p>06/09/2013 12:03 Acontece entre os dias 20 e 22 deste mês o Fórum de Estágio e Vivências</p>	<p>06/09/2013 19:25 Ministro do Turismo e o Prefeito de São Luis visitam obras da Fábrica Santa Amélia</p> <p>06/09/2013 17:50 Semana de Acolhimento do Bacharelado Interdisciplinar em C&T começa segunda (9)</p> <p>06/09/2013 11:57 Divulgada a Quinta Lista de Convocação de Candidatos para Matrícula SiSU 2013.2</p>	<p>06/09/2013 18:34 NEaD participa da segunda Semana de Acolhimento dos Calouros de C&T</p> <p>06/09/2013 13:14 Recursos do PAC financiam reformas nos Prédios históricos da UFMA</p>
--	---	---


Agência de Notícias >


Público
Servidores
Alunos

- [Autenticação de Documentos](#)
- [Acesso/Ingresso](#)
- [Ouvidoria](#)
- [Concursos](#)
- [Cursos de Graduação](#)
- [Cursos de Pós-Graduação](#)
- [Acesso à Informação](#)
- [Contatos](#)










Vídeo

VIDEO INSTITUCIONAL UFMA 2013


Mais Vídeos >

Outros Sites

Pró-Reitorias
PROGF PROEN PRH PROEX PPPG

Núcleos
NTI NEAD NAE NIB NEC

Rádio Universidade
Ouça ao vivo Programação Top 106

Outros
Hospital Universitário Restaurante Universitário Rádio Universidade Colégio Universitário Prefeitura de Campus

Universidade

Atendimento
Fone: (98) 3272 - 8000
E-mail: atendimento@ufma.br

Endereço
Av. dos Portugueses, 1966
Baganga - CEP 65080-805
São Luis - MA

Como chegar
Mapa para a Cidade Universitária

Universidade Federal do Maranhão
Copyright © 2013
Núcleo de Tecnologia da Informação | Assessoria de Comunicação da UFMA

APÊNDICE E – Leiaute da homepage da Universidade Federal do Piauí – UFPI

Acesso à Informação BRASIL

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
Ouvidoria | Internacional | Site Antigo

A UFPI
ENSINO
PESQUISA
EXTENSÃO
ENSINO A DISTÂNCIA

Busca: OK

- 1** ACESSO À INFORMAÇÃO
- 2** ACESSO ONLINE
 - › Professor
- 3** SERVIÇOS
 - › Biblioteca
 - › Calendário
 - › Estatísticas
 - › GRU
 - › Guia Telefônico
 - › Protocolo
 - › Recursos Humanos
 - › CPPD
 - › R.U.
 - › Webmail
 - › Guia Acadêmico
 - › Editora da UFPI
- 4** TRANSPARÊNCIA
 - › Atos e SPDs
 - › Boletim de Serviço
 - › Concurso
 - › Editais
 - › Licitações
 - › Auditoria
 - › Estatutos, Regimentos e Resoluções
 - › Pessoal Terceirizado
- 5** MÍDIAS
 - › Áudios
 - › Banco de Imagens
 - › Blogs
 - › Logomarcas
 - › Publicações
 - › Vídeos

Acesso à Informação

EVENTOS

MATRÍCULA

PREG divulga 8ª chamada da lista de espera do Sisu 2013.2

Reitor inaugura primeira estufa de Viveiro Florestal no Campus de Bom Jesus

VOLTA
AVANÇAR

Noticias

- › **06/09** - Divulgado Edital de seleção para mestrado em Ciência Política
- › **06/09** - Fisioterapia: Divulgado resultado final de seleção para grupo de pesquisa
- › **06/09** - Realizada solenidade de posse de 16 novos professores na UFPI
- › **06/09** - Nota de Pesar - Luiz Nodgi Nogueira Filho
- › **06/09** - Professora da UFPI participa de Banca de Mestrado nos Estados Unidos
- › **06/09** - CCHL divulga resultado de seleção para professor em Administração

mais notícias

Manuais dos Sistemas SIG

SIGAA

Sistemas SIG

NTI Online

Agenda

- 09.09.2013**
Semana Comemorativa de 10 anos do Hospital Veterinário da UFPI
- 09.09.2013**
Semana do Administrador
- 10.09.2013**
II Workshop de trabalhos acadêmicos do Estágio Supervisionado em Educação Física
- 10.09.2013**
Semana do Administrador
- 18.09.2013**
RURALTEC - A Semana do Produtor Rural do Meio-Norte

mais eventos

PREG

Normas de Graduação

COPESE
Coordenadoria Permanente de Seleção

Equipamentos Multiusuários

Reuni

AUTOAVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

PRO-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO

© 2010, Universidade Federal do Piauí - UFPI Campus Universitário Ministro Petrônio Portella - Bairro Ininga - Teresina - PI
 Coordenadoria de Comunicação Social, (86)3215-5525, Fax (86)3215-5526, comunicacao@ufpi.edu.br
 CEP: 64049-550 - Todos os direitos reservados.

APÊNDICE F - Lista de Universidades Federais investigadas, consultadas e acessadas com seus respectivos endereços eletrônicos

REGIÃO NORTE
<p>1. Acre UFAC - Universidade Federal do Acre Endereço: www.ufac.br</p>
<p>2. Amapá UNIFAP - Universidade Federal do Amapá Endereço: http://www.unifap.br/</p>
<p>3. Amazonas UFAM – Universidade Federal do Amazonas Endereço: www.ufam.edu.br/</p>
<p>4. Pará UFPA - Universidade Federal do Pará Endereço: www.portal.ufpa.br/</p>
<p>5. Rondônia UNIR – Fundação Universidade Federal de Rondônia Endereço: www.unir.br/</p>
<p>6. Roraima UFRR - Universidade Federal de Roraima Endereço: http://ufrr.br/</p>
<p>7. Tocantins UFT - Universidade Federal do Tocantins Endereço: www.uft.edu.br</p>
REGIÃO NORDESTE
<p>8. Alagoas UFAL - Universidade Federal de Alagoas Endereço: http://www.ufal.edu.br/</p>
<p>9. Bahia UFBA - Universidade Federal da Bahia Endereço: https://www.ufba.br/</p>
<p>10. Ceará UFC - Universidade Federal do Ceará Endereço: www.ufc.br</p>
<p>11. Maranhão UFMA - Universidade Federal do Maranhão Endereço: www.ufma.br</p>

12. Paraíba UFPB - Universidade Federal da Paraíba Endereço: http://www.ufpb.br/
13. Pernambuco UFPE - Universidade Federal de Pernambuco Endereço: http://www.ufpe.br/ufpenova/
14. Piauí UFPI - Universidade Federal do Piauí Endereço: www.ufpi.br
15. Sergipe UFS - Universidade Federal de Sergipe Endereço: www.ufs.br/
16. Rio Grande do Norte UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte Endereço: www.sistemas.ufrn.br/portal/PT/
REGIÃO CENTRO-OESTE
17. Goiás UFG - Universidade Federal de Goiás Endereço: http://www.ufg.br/
18. Mato Grosso UFMT - Universidade Federal de Mato Grosso Endereço: www.ufmt.br/ufmt/site/
19. Mato Grosso do Sul UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul Endereço: www-nt.ufms.br/
REGIÃO SUDESTE
20. Espírito Santo UFES - Universidade Federal do Espírito Santo Endereço: portal.ufes.br/
21. Minas Gerais UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais Endereço: www.ufmg.br/
22. Rio de Janeiro UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro Endereço: http://www.ufrj.br/
23. São Paulo UNIFESP - Universidade Federal de São Paulo Endereço: http://www.unifesp.br/

REGIÃO SUL**24. Paraná**

UFPR - Universidade Federal do Paraná

Endereço: <http://www.ufpr.br/portalufpr/>**25. Rio Grande do Sul**

UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Endereço: <http://www.ufrgs.br/ufrgs/inicial>**26. Santa Catarina**

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

Endereço: <http://ufsc.br/>

ANEXO

ANEXO A - Transcrição da Entrevista com o web designer

DADOS PESSOAIS

Nome: José Antonio Rodrigo Feitosa Lima

Idade: 32 anos

Formação: Bacharel em Ciência da Computação pela Universidade Estadual do Piauí. Tecnólogo em Telecomunicações pelo Instituto Federal do Piauí - IFPI.

Atuação: Palestrante Profissional com ampla experiência em Desenvolvimento *Web*. Especialista nas tecnologias *PHP* e *MySQL*. Vice- presidente do Instituto Delta. Diretor de Gestão Estratégica da Agência de Tecnologia da Informação do Estado do Piauí - ATI/PI. Sócio Fundador da W7 Solutions, do CompreOseu.com.br e do Quilombo CoWorking.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA

Existem os padrões de mercado. A logo marca de qualquer que seja a empresa a tendência é ficar no topo esquerdo superior [...] porque estudos indicam que a gente olha a tela do computador na diagonal, do topo esquerdo para o inferior direito. A área em que eu concentro mais atenção dos meus olhos, naquela tela, é o topo esquerdo e eu vou descendo. Então, o melhor local para ter a logo (logo = logomarca, explicação nossa) da tua empresa e padronizar [...]. Para fixar isso no visitante do teu *site*: logo no canto superior esquerdo; [...] *menu* mais horizontal, mais resumido [...]; busca (busca = janela de pesquisa) canto superior direito [...]; e no meio daquilo tudo um banner animado chamando a atenção para alguma coisa. Foi se massificando um padrão de mercado. Foi-se criando esses padrões de mercado. Mas sempre existem aqueles que não querem seguir nenhum padrão [...] Existem as empresas e os *sites* que eles não seguem nenhum padrão. Eles tentam criar novos padrões. Existem sempre pessoas que não querem seguir o padrão [...]. Você tem toda a liberdade; não existe uma obrigação de você seguir aquele padrão. É o padrão de mercado que a gente observa que funciona mais. A tendência é... a não ser que você queira inovar e queira testar outra hipótese que ache que vai funcionar. [...] Todo projeto tem um contratante,

um patrocinador, um *response* e tem um cliente final que é o cara que vai consumir aquela homepage. O *web designer* tem que conciliar os interesses do cliente contratante, levando em consideração o que ele quer. Ele quer apresentar da melhor forma possível a sua empresa, mas às vezes ele quer tanto isso que acaba por se equivocar na tentativa de fazer na melhor forma possível, que às vezes quer conduzir o designer da homepage. O *web designer* tem que trabalhar pensando no cliente dele, no cliente final daquele *site*, quem vai consumir, tem que pensar no tipo de público que vai consumir aquele *site*. Tem que pensar conciliar o que está vindo do contratante com o que ele vai produzir para o consumidor do *site*. Então o *web designer* tem que pensar sempre naquele cliente que está usando o *site*, que é quem vai dar resultado para aquele *site* ou não, para aquela instituição ou não. Então o certo é você sempre pensar qual o tipo de público para quem eu estou direcionando esse conteúdo, qual a melhor forma de apresentar esse conteúdo para o meu público. Então o formato vai variar conforme esse público, idade, sexo, formação. Vai influenciar várias coisas. [...] você tem que pensar no leiaute mais *clean*, mais limpo possível para facilitar, para não cansar a vista dele, porque ele está olhando para um tela luminosa [...]. Atualmente você tem que pensar o quê? Limpeza em uma fonte que ela seja sem serifa, seja de mais visualização possível, uma fonte do tamanho médio, nem grande demais nem pequena demais para facilitar que ele não force a visão na hora de ler. Tem que ter a opção de aumentar a fonte, caso ele precise; uma pessoa de mais idade vai precisar aumentar a fonte, porque ela deve ter uma dificuldade maior de visão, mas ao mesmo tempo eu não posso colocar uma fonte enorme o tempo todo, por isso o uso desse recurso [...]. você está sempre discutindo com a pessoa que está criando o conteúdo, seja um jornalista, seja um publicitário, seja uma pessoa simplesmente está encarregada pela empresa, pelo contratante de gerar os textos dos sites, de gerar os vídeos do *site*. O trabalho do *web designer* também entra muito na área da publicidade, se trabalha muito com mão duplas, como se faz na publicidade [...]. É um trabalho a quatro mãos da mesma forma que se trabalha em agências de publicidade. Você está sempre discutindo a melhor forma de apresentar aquele conteúdo, tanto do ponto de vista do texto como do ponto de vista do designer. Então você acaba absorvendo algumas boas práticas da área da publicidade também, apesar de ser minha área a de gerar conteúdo, criar conteúdo para o *site*. Mas a gente pode discutir, posso

dar orientações. Se eu estou trabalhando com jornalista que nunca escreveu para a internet [...]. Existem jornalistas que não sabem escrever para a internet. Ele não entendeu que aquele formato é diferente de uma matéria de jornal ou da matéria de televisão, por mais banal que isso pareça ser [...]. Primeiro eu tenho que pensar no tipo de cliente que vai consumir aquele *site*, aquele conteúdo, aquele designer. Segundo, depois de eu estabelecer isso, tenho que adaptar a linguagem ao usuário final, tenho que adaptar ao meio [...]. Em uma homepage, seja ela institucional ou não, temos que deixar tudo claro, tudo organizado da melhor forma possível, fazer com que o usuário queira acessar aquele site. Mas também precisamos fazer com que a instituição seja apresentada da melhor forma possível, que ao acessar aquela homepage o leitor reconheça onde ele está. [...]