

Sessão 14: Internet

RESUMOS

A PRODUÇÃO TEXTUAL EM COMUNIDADES DO ORKUT: O DRAMA NARRATIVO E AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS RESULTANTES DA INTERAÇÃO DE SEUS MEMBROS

Woodson Fiorini de CARVALHO

woodson@terra.com.br

O presente trabalho é um estudo de um texto produzido por membros de uma comunidade virtual que buscam integrar-se para atividades de entretenimento e presenciais do Orkut, cujo discurso fundador propõe a finalidade de constituir amizades. Supõe-se, então, que esses textos possuam uma linguagem e estratégias singulares e uma narrativa comum, coordenada entre seus interlocutores que interagem e respondem às demandas, às restrições e à hierarquia estabelecidas (o contrato). Analisamos esses discursos sob à luz do percurso de geração do sentido a fim de levantar os elementos acima e encontrar pistas que expliquem essa popularidade do Orkut.

PRÁTICAS SEMIÓTICAS NA INTERNET: UM OLHAR SOBRE O USUÁRIO/PRODUTOR DO YOUTUBE

Tânia Ferrarin OLIVATTI

taniaolivatti@yahoo.com.br

A produção de sentido exercida na Internet marca as novas práticas de seus usuários. Neste ensaio, os níveis de pertinência semiótica preconizados por Fontanille sustentarão a análise. Considerando que as incursões dos novos usuários (e devido às características do meio, também produtores) constituem práticas semióticas, pretende-se pensar sobre textos áudio-visuais veiculados na rede, na esfera dos processos, dos efeitos de sentido, dos valores, das estratégias e dos universos socioculturais que caracterizam ou alimentam essa nova forma de expressão virtual, imagética, e com extrema capacidade de alcance. A reflexão será direcionada para vídeos veiculados no *site* YouTube.

**A LINGUAGEM UNIVERSAL DOS *EMOTICONS*:
O LÚDICO E A AFETIVIDADE COMO FERRAMENTAS DE SEDUÇÃO**

Audrey Danielle Beserra de BRITO

audreydani@ibest.com.br

Esta pesquisa propôs-se a examinar, à luz da semiótica greimasiana, a interdiscursividade presente nos *emoticons*, buscando entender a utilização desses signos no discurso publicitário. Assim, foram analisados, neste trabalho, os processos de interdiscursividade e de remotivação de signos que transpassam o universo do discurso eletrônico-digital-ciberespacial, e seguem para o discurso publicitário, passando a atuar de forma a remotivar significações e adicionar novos traços de sentido aos *emoticons*. A análise realizada procurou descrever o percurso gerativo da enunciação em relação à afetividade e à ludicidade como ferramentas de sedução no discurso publicitário.

