

MULTICULTURALISMO NA REDE: OS *BLOGS* E AS REDES SOCIAIS COMO MECANISMOS DE COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL¹

Gabriel Nascimento dos SANTOS
(Universidade Estadual de Santa Cruz)
gabrielnascimento.eagle@hotmail.com

Maria D'Ajuda Alomba RIBEIRO
(Universidade Estadual de Santa Cruz)
dajudaalomba@hotmail.com

RESUMO: Neste estudo pretende-se investigar a colaboração das redes sociais e dos *blogs* como propiciadores da existência de comunicação intercultural, a qual acontece nos contextos em que há a intersecção de duas ou mais culturas. Assim, tencionamos analisar sob quais medidas as redes sociais e os *blogs* da rede mundial de computadores estão funcionando como mecanismos de comunicação intercultural e, sob o olhar da AD francesa, em que autoridade discursiva baseia-se a comunicação intercultural na rede. Para a realização do presente trabalho, utilizamos a coleta de dados através de ferramentas virtuais, como *blogs* e redes sociais, e analisamos as estratégias possíveis nesse contexto virtual. Dentre os resultados, destacamos a possibilidade de aprimorar o aprendizado de uma Língua Estrangeira e a mudança de comportamento de alguns instrumentos de comunicação intercultural, como os *blogs*, sendo utilizados para emparelhamento comercial, venda e troca de produtos, além das demais utilidades.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos Culturais; Análise do Discurso; comunicação intercultural.

ABSTRACT: This paper aims at investigating the cooperation of social networks and blogs as providers of the existence of the intercultural communication. The intercultural communication happens in contexts in which there is some intersection between two or more cultures. Hence, it intends to analyze how social networks and internet blogs are working as tools of intercultural communication taking into account the French Discourse Analysis whose discursive authority is based on web

¹ Este trabalho foi apresentado no 18º Intercâmbio de Pesquisa em Linguística Aplicada, realizado entre 23 e 25 de junho de 2011, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

communication. In order to produce this paper, we collected data using virtual tools such as blogs and social networks and the possible strategies present in these contexts were analyzed. As a result, we may highlight the possibility of improving the learning of a Foreign Language and behavior change in the use of some intercultural communication tools such as web blogs used for pairing trade, sale and exchange of products, in addition to other utilities.

Keywords: Cultural studies; discourse analysis; intercultural communication

Introdução

Desde a segunda metade do século XX, tem surgido uma necessidade de oficializar estudos que visem a investigar o funcionamento das culturas no sentido de estudar a sua idiosincrasia e pontuar que nenhuma cultura é superior à outra, e que cada uma, com suas peculiaridades, é igualmente complexa.

Uma cultura não é superior à outra e isso todo estudioso, especialmente da área de humanas, já sabe. O que o pesquisador do funcionamento do discurso e das culturas tem pela frente é a forte demanda do surgimento e da divulgação da rede mundial de computadores, a internet. A *world wide web* – *www*, ou simplesmente *web* (rede), trouxe para os âmbitos acadêmicos a discussão sobre quais seriam os impactos dessa descoberta para o homem pós-moderno.

A rede mundial de computadores, com seus dispositivos que permitem autopublicidade e comunicação, vem trazendo à tona algumas perguntas: como funciona a comunicação intercultural na internet? Quais serão as orientações ideológicas que se tornarão vigentes nesta nova etapa do conhecimento humano? Com todos os impactos e estudos sobre o respeito à idiosincrasia do outro, o respeito é uma atitude frequente na rede? Todas essas perguntas fazem parte do *corpus* deste trabalho.

Para tanto, é a partir do contexto exposto que nasce a indagação proposta neste estudo, a qual se concentra em compreender como se dá a comunicação intercultural em redes sociais e *blogs* da internet. Sendo esse o objetivo geral, visamos a responder ao questionamento específico: a) Como se articula o discurso nas ferramentas estudadas?; b) Como os *blogs* e as redes sociais podem servir à comunicação intercultural e ao multiculturalismo?; c) Qual a relação entre língua e cultura na apreensão e percepção dos usuários das redes sociais?; c) Qual o papel de tais ferramentas no contexto de produção discursiva?

Do ponto de vista teórico, justificamos o nosso interesse a partir das concepções da Análise do Discurso (doravante AD) de linha francesa e dos Estudos Culturais, assim como da abordagem da Ecologia Cognitiva² e das concepções de Lévy (1993). Como parte dos materiais e métodos da realização desta pesquisa, foi realizada uma coleta de dados entre alguns participantes das redes sociais mais populares no Brasil e no exterior: *Facebook*, *Twitter*, *Orkut* e *Livemocha*. Da coleta de dados, surge este trabalho como apresentação de resultados.

Ao iniciar o presente trabalho, esperava-se perceber na rede social um espaço de comunicação intercultural, em que o usuário se reconhecesse originário de uma cultura, mas com possibilidade de perceber a rede social como espaço multicultural.

Esperava-se, também, que os *blogs* continuassem a ser usados como *diários pessoais* na internet, e que a rede social e o *microblog* apenas desempenhassem papel de ferramentas comunicativas em que um usuário mandasse um pequeno texto como mensagem para *amigos virtuais*, de forma similar ao *e-mail*. Os resultados dão conta de corroborar alguns dos resultados esperados e refutar outros. Corroboram o uso da rede social como espaço multicultural, no qual se pode aprimorar a atividade linguística; mas refuta a ideia de que os *blogs* funcionam apenas como gênero de interlocução que sejam usados como *diários pessoais*.

1. Pressupostos teóricos

1.1 A técnica e o *savoir-faire*: o suporte e a construção de conhecimento

Discutir a importância de quaisquer dispositivos na rede que permitam o acontecimento da comunicação insere, na esfera da discussão, a importância dos suportes e das descobertas que levaram a tal. Tanto Marcuschi (2005) quanto Lévy (1993) demonstram que uma evolução no *hardware* desde a invenção do primeiro computador, o *Eniac*, que pesava 30 toneladas e ocupava um andar inteiro da estação onde ficava, nos Estados Unidos³, permitiu que outras interfaces pudessem ser produzidas.

A Apple, por exemplo, durante muito tempo, veiculou computadores sem tela, que, na maioria das vezes, só eram comprados

² Os estudos da chamada Ecologia Cognitiva são utilizados neste trabalho a partir do viés abordado por Lévy (1993).

³ Recorte retirado de Lévy (1993), o *Eniac* era utilizado pelas Forças Armadas norte-americanas.

e utilizados por programadores. O surgimento e a distribuição da tela, do teclado e do mouse, ou ainda a construção do primeiro computador pessoal, tal como se concebe hoje, traz ao bojo das discussões dispositivos que dão propriedade a qualquer pessoa manuseá-los. Há também, nesse íterim, evolução nas linguagens, já que a oportunidade de escrever um texto em modo *Rich Text* permitiu a muitos leitores tornarem-se autores de texto na rede⁴. Não se pode esquecer de que as linguagens *HTML*, *JAVA*, *PHP*, entre outras, continuam sendo os sistemas de linguagem norteadores da produção de um hipertexto e os mais usados por *webdesigners*. Entretanto, a grande discussão a ser feita é sobre a técnica de *interfacear* tais linguagens, a fim de que qualquer pessoa, usando um programa como o criador de sites *Dreamweaver*, ou um servidor de *blog* como o *Blogger* possa postar textos, mesmo desconhecendo as *tags* e os códigos das linguagens supracitadas. Todo esse recurso é tratado por Lévy (1993) como a propriedade da técnica.

Inscrevendo a técnica como propiciadora da construção do *savoir-faire* humano, Lévy (1993) enuncia que:

Vivemos hoje uma redistribuição da configuração do saber que se havia estabilizado no século XVII com a generalização da impressão. Ao desfazer e refazer as ecologias cognitivas, as tecnologias intelectuais contribuem para fazer derivar as fundações culturais que comandam nossa apreensão do real [...] (LÉVY, 1993:10).

E completa que:

[...] Basta que alguns grupos sociais disseminem um novo dispositivo de comunicação, e todo o equilíbrio das representações e das imagens será transformado, como vimos no caso da escrita, do alfabeto, da impressão, ou dos meios de comunicação e transporte modernos (*Op. Cit.* 10).

Assim, a construção do saber, o *savoir-faire* é condicionado pela prática da técnica. É ainda a técnica que imporá limites à construção do *saber-fazer*. Se uma nova interface comunicativa surge hoje, a partir de amanhã todas as outras empresas do setor começarão a projetar quais adequações deverão ser feitas para que esse invento possa funcionar adequadamente em todos os lugares do planeta. Um último exemplo, no Brasil, foi a chegada da qualidade *HDMI* (*High Definition Multimedia Interface*), TV digital e de alta definição, que fez com que a indústria produzisse adaptadores de sinal. Esse é um dos muitos exemplos que

⁴ Até então, a linguagem utilizada na construção de textos na base do hipertexto era apenas o *HTML* (*Hyper Text Markup Language*).

comprovam que interfaces têm de surgir quando um novo dispositivo tecnológico é criado.

Portanto, é ainda a técnica que dá suportabilidade à existência de comunicação intercultural na rede, como destacam Costa e Paim (2004:16):

No quadro delineado ganha relevância um processo que se realimenta continuamente: o conjunto das tecnologias da informação, chamadas novas tecnologias (NTs), que são usadas para o tratamento das informações, que, por sua vez, geram demandas tecnológicas. Assim, as NTs são ferramentas de um sistema em contínua transformação.

Desse modo, antes da existência da rede social como lugar de comunicação intercultural, surgiu a técnica de permitir que um computador possa se comunicar com outros computadores. Na década de 1990, a prática de comunicação entre dois ou mais computadores apenas era frequente nas universidades, entre alunos dos cursos da área de computação, e nas forças armadas americanas, para operações militares. Segundo aponta Marcuschi (2005), o uso das listas de discussões (os conhecidos *fóruns* entre os internautas brasileiros) cresceu rapidamente após a popularização da internet. Isso comprova a necessidade do internauta de usar quaisquer ferramentas que surjam como dispositivo de comunicação. É preciso olhar o telégrafo, o telefone, o rádio e a televisão como objetos de comunicação, o que propiciou um pensamento voltado à necessidade da comunicação.

A dialética da técnica traz à tona que o homem pós-moderno vive em volta do ato de poder se comunicar, e comunicar com novas culturas e com o desconhecido, e quaisquer novos aparelhos que venham a surgir devem trazer consigo interfaces que permitam a comunicação.

1.2 Identidade cultural na pós-modernidade: o papel influenciador da rede

Tais investigações acerca da rede trazem a necessidade de analisar quais as influências dela para a identidade cultural de cada pessoa. Nos estudos pós-colonialistas e pós-estruturalistas, o teórico dos Estudos Culturais, Homi Bhabha, traz reflexões oportunas sobre a representação do homem pós-moderno na rede.

Bhabha (2007) propõe que a identidade do homem pós-colonial e pós-moderno é fragmentada, ambivalente e transitória. E afirma: “Para a identificação, a identidade nunca é *à priori*, nem um produto acabado; ela é apenas e sempre o processo problemático de acesso a uma

imagem da totalidade" (BHABHA, 2007:85, grifo do autor). Dessa forma:

De que modo chegam a ser formuladas estratégias de representação ou aquisição de poder [*empowerment*] no interior das pretensões concorrentes de comunidades [...]. A representação da diferença não deve ser lida apressadamente com o reflexo de traços culturais ou étnicos pré-estabelecidos, inscritos na lápide fixa da tradição (BHABHA, 2007:20).

Nesse sentido, qual seria o papel influenciador da rede social e de outros dispositivos da internet para a construção do perfil discursivo da identidade pós-moderna? Nas redes sociais, pessoas de diferentes culturas conhecem-se. O sucesso ou não nessa comunicação depende da leitura sobre o perfil identitário do outro, da leitura presa ou não a uma tradição etnocêntrica, falocêntrica, patriarcal, em que há gêneros, etnias e culturas inferiores e superiores. Uma comunicação voltada a essa atitude pode propiciar ruptura no ato comunicativo.

O homem virtual é uma representação do homem real e do seu comportamento nos modos de produção capitalista. Essa representação simbólica do homem real é produto das recentes invenções tecnológicas, da ascensão da fotografia e da sua indissociabilidade do discurso em relação ao moderno, à hipermídia, à transposição da identidade para a rede. Portanto, para não haver anacronismo, é preciso lembrar todas as revoluções que antecederam a rede mundial de computadores. Esse homem, no dizer de Canclini (2000), é fragmentado porque "a *incerteza* em relação ao sentido e ao valor da modernidade deriva não apenas do que separa nações, etnias e classes, mas também dos cruzamentos socioculturais em que o tradicional e o moderno se misturam" (CANCLINI, 2000:18, grifo do autor).

Os estudos contemporâneos da Linguística Aplicada e da Pragmática Intercultural têm permitido pensar qual o papel dos Aparelhos Ideológicos de Estado ou instituições, tais como a escola, diante das possibilidades da rede para o ensino. Entretanto, relacionando essa oportunidade à transformação do homem como produto das revoluções da técnica, podemos perceber que esse tal ser da pós-modernidade é influenciado pela rede, pela rapidez com que a imagem perpassa seu olhar, pela possibilidade de reunir várias formas de linguagem juntas, tais como áudio, vídeo e imagem. O homem pós-moderno é híbrido, segundo concebe Canclini (2000), e o surgimento da internet possibilitou a esse homem poder alçar mais representações de si mesmo na rede.

É necessário que se pense o hibridismo advindo de uma série de fatores, como a globalização, os projetos de reestruturação capitalista e o discurso neoliberal, em que o homem consome outras culturas

através das marcas, dos *outdoors*, da publicidade televisiva e radiofônica e do jornal impresso, entre outros meios de divulgação. A rede permite que esse homem torne-se ainda mais híbrido. Tais comportamentos podem ser corroborados, através dos resultados da presente pesquisa:

- Em uma relação intercultural na rede, os usuários tornam-se amigos de várias pessoas que conhecem virtualmente e que jamais viram em contextos materiais, do mundo não virtual. Ao conhecer essas pessoas, acontecem embates culturais, e os discursos gerados são concernentes ao tão somente ato de conhecer a cultura alheia. Essas pessoas não sabem sequer o nome verdadeiro dos *novos amigos*, mas trocam informações de sua cultura com eles, aprendem com eles seus comportamentos idiossincráticos;

- As pessoas perdem-se, sobremodo, nas relações simbólicas de linguagem, chegando a utilizar diversos gêneros da escrita ao mesmo tempo, o que produz um efeito do discurso múltiplo de sua identidade em diferentes contextos. Ex.: Um usuário escreve um *tweet*⁵, uma postagem no *mural* do *Facebook*, manda um *e-mail* formal para sua orientadora e um *recado* para um amigo bem íntimo. São gêneros textuais diferentes e, portanto, que requerem diferentes comportamentos linguísticos. No *tweet*, ele só pode postar 140 caracteres, enquanto que no *mural*⁶ a mensagem pode trazer marcas da publicidade de outros sites através de *links*, imagens, além de permitir que outros comentem, enquanto que no *e-mail* a linguagem terá de ser formal e bastante monitorada do ponto de vista ortográfico. Já no *recado*⁷, essa escrita altamente monitorada é dispensada, ficando a possibilidade de aproximar-se dos usos do seu interlocutor.

A identidade, como a própria linguagem e sua utilidade, não é a mesma, sendo, dessa forma, ambivalente, híbrida e transitória. Os exemplos anteriores são alguns dos muitos que esta e outras pesquisas abrangem. De outra feita, tal como foi abordado anteriormente, a técnica está a serviço da necessidade de comunicar. Na rede social e no *microblog Twitter*, o usuário vê passar muito rapidamente, diante de sua face, mensagens com diferentes linguagens, de diferentes culturas e de diferentes autores.

O homem virtual é, portanto, a representação simbólica e discursiva do homem real, resultante das revoluções tecnológicas do século XX, da cultura da impressão, do surgimento da fotografia, dos

⁵ Postagem de 140 caracteres escrita pelo usuário no site de relacionamento *Twitter*.

⁶ Gênero textual utilizado no site *Facebook* para postar mensagens.

⁷ Um dos gêneros textuais utilizados no site *Orkut* para mandar mensagens.

discursos modernistas, da possibilidade de dois ou mais computadores cruzarem dados e, logo após, manterem comunicação.

1.3 Pós-modernidade e discurso da imagem: a dialética da representação

Já se tornou um fato marcante para o homem pós-moderno a utilização da rede mundial de computadores e de outros dispositivos tecnológicos. É preciso, entretanto, analisar quais são as marcas da imagem nesse espaço de cultura composto pelas redes sociais.

O comportamento discursivo na rede é voltado para a representação simbólica do homem consumista, multicultural e híbrido da pós-modernidade. Portanto, como foi discutido na seção anterior, não foi na rede que o homem ganhou a conotação de multicultural ou híbrido, mas é a rede que funciona como mais um suporte para a representação desse homem.

É indubitável entender que a imagem (ou, antes, a utilização do ato de representar simbolicamente) está claramente indissociável nas relações de linguagem na rede. Faz-se oportuno destacar que, como apontam Althusser (1980) e Foucault (1997, 2006), todo discurso parte dos Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE) e das instituições (escola, igreja, mídia). Na rede social, ao postar uma mensagem pública, o *mural*, o usuário está repetindo discursos internalizados nas instituições. Para tanto, o usuário, na rede social, está representando as instituições de que ele participa.

Desse modo, a imagem, na rede, é uma representação do discurso capitalista, consumista e neoliberal instaurado pela mídia e pela técnica do *marketing*, e não o primeiro ato de enunciação desse discurso. Com a rede, a vida das pessoas tornou-se bastante ligada a aplicativos, tais como jogos, o que fez com que eles deixassem confusa a pessoa que não faz parte desse mundo. Recentemente, no *Orkut* e no *Facebook* – redes sociais – surgiram aplicativos (os *apps*), que podem ser usados, como por exemplo:

- Jogos, tais como *Colheita Feliz* e *Mini Fazenda*, permitiram que pessoas fizessem uma fazenda virtual e cultivassem espécies vegetais, assim como fizessem uso da pecuária virtual. Não raramente, pessoas, no mundo real, falam: “tenho de dar comida aos animais, tenho de molhar a minha horta”, etc. As pessoas que não aderiram a essas redes ou não fazem parte desses contextos acreditam estar doido aquele falante urbano (como cultivar uma horta em uma cidade grande?). Há, portanto, dificuldade na comunicação causada pela discórdia entre representação e objeto representado.

A vida dessas pessoas passa, então, a ser influenciada pelas representações simbólicas delas na rede. O que sugere um processo de *reificação* (*do latim res = coisa*) ou *coisificação*. Engels e Marx (2007)⁸ já abordavam esse processo como produto das relações capitalistas, em que o sujeito é condicionado a tornar-se *coisa*, ou produto que leva ao superlucro.

A rede, além de ser um espaço das relações interculturais, é o espaço para repetição dos *status quo* e do *modus vivendi* das classes dominantes. A imagem do perfil da rede social tem de ser a melhor, aquela em que o usuário esteja usando roupas da moda, uma imagem bem tratada pelo programa de edição de imagens *Photoshop*, entre outros.

A frequência e a forma como a imagem vem sendo usada na rede oportunizam discussões sobre qual a influência de uma indústria como instituição que lucra sobre o resultado da repetição do discurso da imagem. Se as pessoas divulgam suas imagens na rede social obedecendo aos moldes e aos padrões da moda, elas estão incentivando o consumo ainda maior na indústria, o que contempla a mídia, alcançado mais especificamente indústrias têxteis e de calçados, entre outras. Dessa forma, existe um pensamento capitalista por trás das cenas discursivas em que os sujeitos apropriam-se de um discurso inconscientemente, internalizando-o nas instituições ou *Aparelhos Ideológicos de Estado*, tais como mídia e escola. Assim,

o propósito dessa reflexão é contextualizar a comunicação contemporânea, identificando a Internet como aparato peculiar, apropriado a comportar conteúdos multimídia e a produzir novas formas para as interações sociais. Na perspectiva de um meio de comunicação que abriga vários outros, a Internet é apresentada como um espaço possível de interlocução de diversos atores sociais que se expressam e que leem as mensagens que povoam o ciberespaço (BRETÃS, 2004:85).

E Maingueneau (2007:117) completa que:

Isto equivale a dizer que o discurso não pode convencer, já que não se pode mostrar uma exterioridade entre o código de referência e as interpretações dos discursos que se fundam nele. O público não é convencido pelos argumentos expressos, mas pela própria enunciação desses argumentos por tal discurso, isto é, pelo universo de sentido ao qual remete este último. Coerentemente, o discurso convence porque ia pela nossa cabeça o que já convencia, mais ou menos obscuramente. [...]

⁸ Livro com primeira publicação no século XIX.

Torna-se, pois, relevante pensar o comportamento discursivo na rede, a autoridade para o cumprimento de sua enunciação e das instituições que esse discurso representa. Tal discurso é também intercultural, porque alça perfis que, assistidos por milhões de pessoas no mundo, serão igualmente repetidores do discurso do consumo.

1.4 Deslocamento identitário e cultural

Em um mundo de intensa globalização, dos modos de produção cibernéticos, das tecnologias da informação e da inteligência, as relações de poder e a cultura também são intensamente globalizadas, como corrobora Canclini (2008):

A globalização não é um simples processo de homogeneização, mas de reordenamento das diferenças e desigualdades, sem suprimi-las: por isso, a multiculturalidade é um tema indissociável dos movimentos globalizados (CANCLINI, 2008:11).

Assim, não há como falar de multiculturalismo e não falar de deslocamento cultural. Este ocorre quando uma identidade interage com outra de uma cultura distinta. A partir do momento em que se interage com outra cultura, o sujeito deixa de ser o mesmo, passando por uma adaptação. Há casos frequentes de pessoas que viajam a negócio para outros países, sabem se comunicar naquela língua, entretanto, em uma reunião de negócios, usam a linguagem coloquial. No inglês, por exemplo, a forma "hi" (oi) não seria bem recebida em uma reunião de negócios, com pessoas desconhecidas. O mais provável é que seria bem recebido um "good morning" (bom dia), um "good afternoon" (boa noite) ou ainda um "good evening" (boa noite). Esse só é um exemplo de como é necessário perpassar o aprendizado estrutural da língua-alvo e buscar o aprendizado de sua cultura.

A pragmática, como já se aludiu neste trabalho, exerce importância crucial em qualquer interatividade entre indivíduos de culturas diferentes. No multiculturalismo do século XXI, o estudo da importância do deslocamento cultural para a comunicação abarca a diminuição dos problemas de ambiguidade:

De modo semelhante às cidades do Primeiro Mundo, muitas urbes latino americanas- ao mesmo tempo em que são laboratórios de uma multiculturalidade degradada - se desenvolvem como núcleos estratégicos de inovação comercial, informática e financeira que dinamiza o mercado local ao incorporá-los a circuitos transnacionais (CANCLINI, 2008:16).

Como postula Canclini (2008), as grandes cidades tornaram-se laboratórios de multiculturalidade, e, mesmo que não se planeje uma viagem internacional, todos os habitantes são vítimas da intensa globalização cultural. Portanto, não há como fugir do deslocamento da identidade cultural. Bhabha (2007) completa:

Quero me situar nas margens deslizantes do deslocamento cultural- isto torna confuso qualquer sentido profundo ou "autêntico" de cultura "nacional" ou de intelectual "orgânico" – e perguntar qual poderia ser a função de uma perspectiva teórica comprometida, uma vez que o hibridismo cultural é histórico do mundo Pós- colonial e tomado como lugar paradigmático de partida (BHABHA, 2007:46).

1.5 Embates culturais na rede: conhecendo a cultura do outro através da rede social

A rede social dá possibilidade ao usuário de conhecer culturas diferentes da sua. Essa possibilidade é frequente em redes internacionais, como o *Facebook*, ou o *LinkedIn*, usadas por internautas de dezenas de países.

A possibilidade de conhecer a cultura do outro permite também um embate cultural, uma percepção da diferença, em que:

O hibridismo não se refere a indivíduos híbridos que podem ser contrastados com os "tradicionais" e "modernos", como sujeitos plenamente formados. Trata-se de um processo de tradução cultural, agonístico, uma vez que nunca se completa, mas que permanece em sua indecidibilidade (HALL, 2003:71).

Nesse ínterim, o usuário alemão que queira conhecer os costumes brasileiros pode visitar perfis totalmente públicos⁹ de internautas brasileiros. Ele pode perceber duas pessoas (um homem e uma mulher) osculando-se no rosto ao se conhecerem, em São Paulo, por exemplo, e achar estranho porque um homem e uma mulher não se beijam ao se conhecerem na cultura dele. Um brasileiro, utilizando outro exemplo, pode estranhar ao ver escoceses de saia em um evento religioso do país.

O embate é natural na rede ou em qualquer outro contexto intercultural. Entretanto, tal ato permite pensar as fronteiras da centralização de um pensamento ou, antes, de uma suposta racionalização do pensamento que pressupõe grupos superiores a outros. Mesmo com todos os recortes científicos de importantes antropólogos e demais teóricos das ciências humanas, a rede também é

⁹ Existem perfis que não são completamente públicos, restringindo funções como o ato de ver fotografias.

um espaço onde atos preconceituosos continuam acontecendo. Frequentemente, a Justiça Federal ordena o cancelamento de páginas de usuários neonazistas que incentivam a violência contra grupos considerados *inferiores*. No Brasil, isso é inter-regional. Como o fato ocorrido em 2010, durante as eleições para a presidência da República, em que um jovem de São Paulo postou no *Twitter* mensagens incentivando a violência contra *nordestinos*: "... alguém mate um nordestino".

Em outros continentes, a violência é intercultural. A briga por território, a fundação do estado de Israel pela ONU, dentre outros inúmeros fatores fazem com que usuários, não raro, postem mensagens de cunho preconceituoso. Ser diferente, na internet, pode apenas ser interpretado por alguém que queira conhecer a cultura do outro, como por alguém que não goste dessa cultura.

Diante desses fatos, a internet representa avanço nas comunicações, uma vez que permite novas formas de comunicação, mas também representa perigo de ser usada por grupos neonazistas, como *Skin Heads* e *Ku Klux Klan*.

2. Materiais e métodos

Os materiais utilizados para a realização da parte prática desta pesquisa, a fim de observação, foram:

- Páginas das redes sociais e todos os *posts* publicados;
- *Chat* de algumas redes sociais como *Livemocha* e aplicativos como o *Windows Live Messenger*, em que os usuários de outras culturas eram questionados sobre a sua cultura e a do outro;
- Postagens no *microblog Twitter*, em que diferentes pessoas de diversos países publicavam suas ideias, representando suas culturas e seu modo peculiar de ver o mundo.

Como métodos para a coleta de dados, utilizamos:

- Observação e recorte de fatos interessantes que aconteceram, durante a pesquisa, na rede;
- Anotação de dados importantes, para serem utilizados na redação de artigos, tais como exercícios interculturais para o aprendizado de Português Língua Estrangeira utilizados na rede social *Livemocha*;

- Observação da ferramenta *bate-papo* através do teste de utilização para conversas informais;

- Questionário respondido no *blog* Português como Língua Estrangeira, da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), projeto responsável pela pesquisa, em que o participante tinha de responder, em inglês, testando a sua frequência em *blogs* e nas redes sociais.

As redes sociais utilizadas para análise foram *Facebook* e *Livemocha*, além de *blogs* contidos no portal *Blogger*. Tais redes encontram-se em expansão, o que facilitou o acesso e a análise dos dados.

Os dados foram coletados através da interação com os usuários e, em seguida, foram arquivados no banco de dados do projeto Português como Língua Estrangeira da UESC.

A coleta de dados, tal como foi posta, visa a responder aos objetivos ao destacar a observação do comportamento de redes sociais e *blogs*, em número finito, qualitativamente, para poder atribuir-lhes características sobre seu funcionamento discursivo e multicultural.

A análise de dados deu-se a partir de uma rigorosa fundamentação com os postulados que guiam as discussões deste trabalho, pensando o impacto discursivo e intercultural das ferramentas pesquisadas.

3. Resultados obtidos: análise qualitativa dos dados

A partir da coleta e da análise de dados, percebemos, dentre outras coisas, que:

- Muito embora as redes sociais permitam que o usuário conheça outras culturas, essa atitude é mais comum em países onde as pessoas dominam mais de uma língua;

- Os *blogs* que antes, como exemplifica Marcuschi (2005), eram usados como *Diários Pessoais* virtuais passam a ter outra estrutura. O aspecto de autopublicidade é transposto para a rede social. Esse aspecto é aquele em que o usuário fala sobre seu humor, fatos que aconteceram em sua vida, entre outros. Na rede social, o usuário publica essa informação no *mural*, ou pelo *Twitter*, como demonstrado abaixo:

Santos, Gabriel Nascimento dos; Ribeiro, Maria D’Ajuda Alomba. Multiculturalismo na rede: os *blogs* e as redes sociais como mecanismos de comunicação intercultural. *Revista Intercâmbio*, v. XXIX: 01-18, 2014. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759x

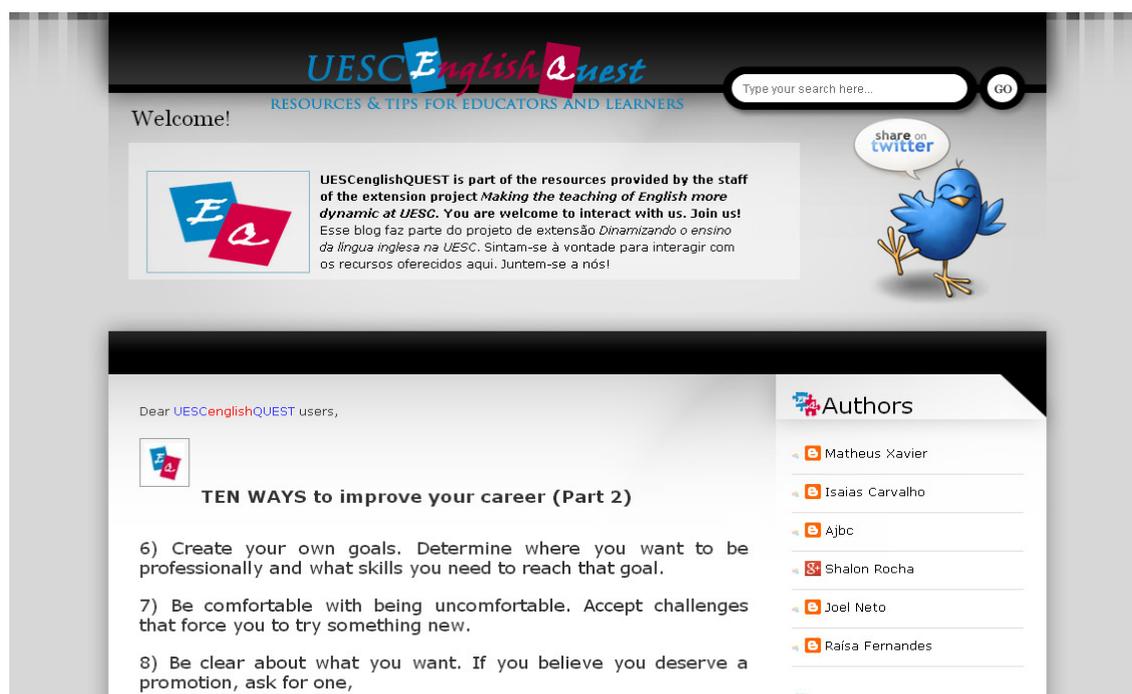


Imagem 1 - *Blog* corporativo, usado para experiências linguísticas em sala de aula de Língua Estrangeira.

A imagem 1 demonstra como o comportamento dos *blogs* vem mudando, sendo que o portal acima é utilizado para aulas de Língua Estrangeira em uma universidade pública. Portanto, ao que se percebe, ele não figura mais na esfera de *Diário Pessoal* como era há alguns anos, em sua utilização inicial.

Santos, Gabriel Nascimento dos; Ribeiro, Maria D'Ajuda Alomba. Multiculturalismo na rede: os *blogs* e as redes sociais como mecanismos de comunicação intercultural. *Revista Intercâmbio*, v. XXIX: 01-18, 2014. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISNN 2237-759x

GIRACANDY BELEM AO SEU DISPOR (10 photos)
TRANSFORME SEU MOMENTO INESQUECIVEL EM UM LINDA LEMBRANÇA



Imagem 2 - Publicidade no Facebook



Imagem 3 - Publicidade no Facebook

Como se pode perceber acima, as redes sociais de massa, cada vez mais, começaram a ser usadas por artistas, comerciantes, prestadores de serviços e outros profissionais como publicidade. Isso é comum também nos *blogs*, como se percebe abaixo:

Santos, Gabriel Nascimento dos; Ribeiro, Maria D’Ajuda Alomba. Multiculturalismo na rede: os *blogs* e as redes sociais como mecanismos de comunicação intercultural. *Revista Intercâmbio*, v. XXIX: 01-18, 2014. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759x



Imagem 4 - Blog de divulgação de canecas

- A rede social permite o aprimoramento de uma língua estrangeira, porque o estudante dessa língua pode utilizar o recurso de *chat*, e desenvolver o seu ato de escrita (ou de fala, se for um *videochat*) nessa língua através do *bate-papo* com um falante nativo daquela língua, como podemos ver abaixo:

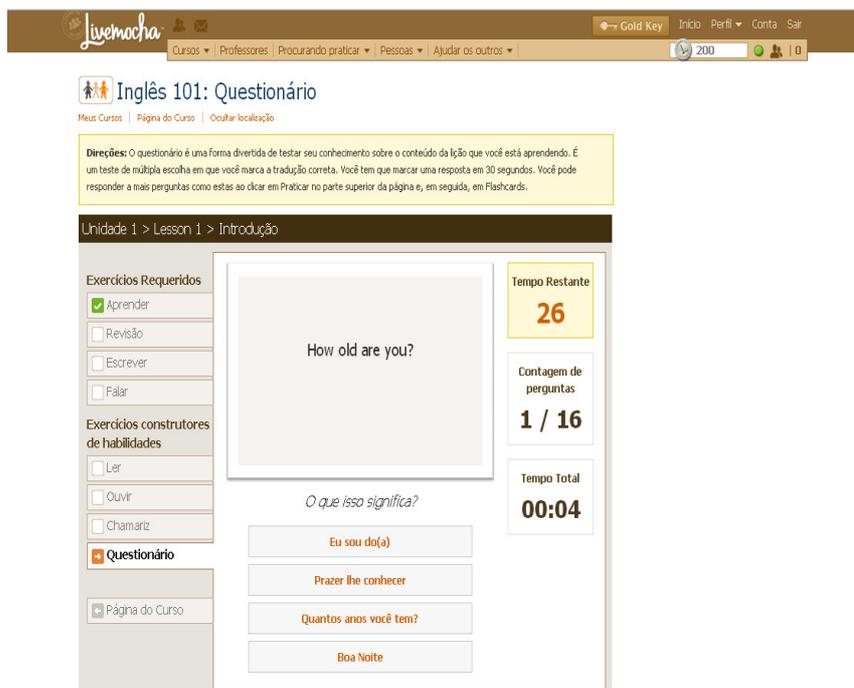


Imagem 5 - Questionário proposto na rede social Livemocha

- A partir da pesquisa bibliográfica realizada inicialmente, pode-se entender as postagens no *mural* da rede social, ou *tweet*, ou mesmo os textos observados em *blogs*, como suporte para discursos (ou mesmo os próprios discursos) provenientes das Instituições ou de *Aparelhos Ideológicos de Estado*. Assim, uma mensagem que traga "Deus vai me salvar" em seu corpo, se usada por um cristão, está representando uma instituição, a Igreja.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, dentre outros aspectos, foi abordado o funcionamento da linguagem nas redes sociais e nos *blogs*. Partindo dos postulados da AD francesa, dos Estudos Culturais e apoiando-se em conceitos da *Ecologia Cognitiva*, assim como em outros campos do saber, pretendeu-se atender a presente necessidade de investigar o uso de alguns dispositivos da rede. Chega-se à conclusão, após realizar essa pesquisa, que a rede permite que interfaces discursivas nela se instalem e permitam a existência de comunicação intercultural.

Dentre outros conceitos abordados, o *hibridismo* do homem representado na internet foi exemplificado com o comportamento nas redes sociais. Também nessa perspectiva, o uso da imagem foi precisamente instalado no núcleo deste trabalho, relacionando-o à evolução da técnica, ou mesmo da possibilidade de usá-las na rede de diferentes maneiras.

Do ponto de vista prático, os resultados da pesquisa que originou este trabalho mostram que, muito embora a rede propicie o suporte de conhecer uma cultura e aprimorar uma língua estrangeira, isso nem sempre é percebido e utilizado. Muitas vezes o desconhecimento de uma segunda língua pode levar que algumas pessoas jamais se interessem pela cultura do outro.

Assim, contempla-se a necessidade de investigar as relações de linguagem e a interculturalidade na rede, analisando alguns aspectos dela, através das redes sociais e dos *blogs*, deixando a possibilidade de outros trabalhos com o mesmo objeto empírico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTHUSSER, L. *Ideologia e aparelhos ideológicos do estado*. 3. ed. Lisboa: Presença, 1980.

BHABHA, H. *O local da cultura*. Trad. Myriam Ávila, Eliana L. L. Reis, Gláucia R. Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

BRETÃS, B. Comunicação mediática no processo ensino/aprendizagem. In: COSTA, José Wilson da; OLIVEIRA, Maria Auxiliadora Monteiro. (orgs.) *Novas linguagens e novas tecnologias: educação e sociabilidade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Ana Regina Lessa e Heloíza Pezza Cintrão. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2000.

Santos, Gabriel Nascimento dos; Ribeiro, Maria D'Ajuda Alomba. Multiculturalismo na rede: os *blogs* e as redes sociais como mecanismos de comunicação intercultural. *Revista Intercâmbio*, v. XXIX: 01-18, 2014. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759x

_____. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

COSTA, J. W. da. ; PAIM, I. Informação e conhecimento no processo educativo. In: COSTA, José Wilson da; OLIVEIRA, Maria Auxiliadora Monteiro. (orgs.) *Novas linguagens e novas tecnologias: educação e sociabilidade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

ENGELS, F.; MARX, K. *A ideologia alemã*. Trad. Luis Claudio de Castro e Costa. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

_____. *A ordem do discurso: aula inaugural no collége de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. 14. ed. São Paulo: Loyola, 2006.

HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Trad. Adelaine La Guardia Rezende [et al]. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento da Era da Informática*. Trad. Carlos Irineu da Costa. 7. ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MAINGUENEAU, D. *Gênese dos discursos*. Trad. Sírio Possenti. Curitiba, PR: Criar Edições, 2007.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A.C (orgs.) *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna. 2005.