

Os Blogs corporativos da UESC: uma abordagem discursiva¹

Gabriel Nascimento dos Santos (UESC)²
Maria D'Ajuda Alomba Ribeiro (UESC)³

Resumo: *Esta pesquisa busca realizar uma abordagem dos blogs corporativos da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) a partir de sua importância cultural. Para tanto, como objetivo deste estudo tenciona-se, partindo dos legados da Análise do Discurso de linha francesa e dos Estudos Culturais abarcar a importância dos blogs corporativos no contexto cultural e discursivo. Nessa concepção, este trabalho justifica-se concernente ao que diz Canclini (2003) quando afirma que no mundo contemporâneo não há como ser cidadão sem ser consumidor. Deste modo, este trabalho propõe-se analisar o discurso presente nos blogs corporativos, sendo uma adaptação aos leitores do hipertexto como consumidores de cultura e informação na rede. Tem-se como metodologia a pesquisa bibliográfica acerca das teorias de Canclini (2000; 2003), Marcuschi (2005), entre outros, assim como a visita e análise de alguns dos blogs corporativos da UESC.*

Palavras-chave: leitor; blogs corporativos; discurso; cultura; reafirmação.

1. Introdução

Os estudos na Linguística Aplicada chegaram ao século XXI com várias vertentes de estudo até então desconhecidas no século XX. Com o surgimento da Internet nas forças armadas americanas, tendo o nome de ARPANET inicialmente, e depois com a explosão da mesma entre as classes no início do século XXI um termo se fez presente nos trabalhos acadêmicos em todo o mundo, nas ciências humanas: HIPERTEXTO.

Segundo Marcuschi (2005) não se pode afirmar que com a explosão da Hipermissão na Internet surgiram novos gêneros textuais. Analisa-se dessa forma a partir do pressuposto que a internet, a Hipermissão, dá suporte aos gêneros textuais já existentes. O Blog, como parte central do objeto deste estudo, surgiu da criação do *software* Blogger criado pelo americano Evan Williams. Essa ferramenta se modernizou da possibilidade de uma pessoa sem conhecimentos técnicos em informática (principalmente no que condiz à linguagem HTML, à montagem do texto CSS) poder escrever uma página na Internet. A partir do servidor Blogger⁴ vários outros rapidamente nasceram. Entre os mais utilizados estão o *Typepad*, *Wordpress*, entre outros.

¹ Recorte do Projeto de Iniciação Científica: “Multiculturalismo na rede: os blogs e redes sociais como mecanismos de comunicação intercultural e a interface Português como Língua Estrangeira”

² Graduando em Letras pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e bolsista ICB/UESC.

³ Professora Dra. do Departamento de Letras e Artes (DLA) da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), professora e pesquisadora no programa de Mestrado em Linguagens e Representações.

⁴ Disponível no sítio www.blogger.com, ou www.draft.blogger.com, ou ainda www.blogspot.com

Este estudo nasce da necessidade de se estudar o discurso inserido nos blogs corporativos. Os Blogs corporativos são aqueles que integram projetos e núcleos nas universidades, empresas e ONGS, entre outros, projetando *online* o que acontece no interior das discussões. Inicialmente faz-se necessário observar que abrir um site exige vários conhecimentos técnicos de protocolos, linguagens e *softwares*. O *software Dreamweaver* atualmente é um dos mais usados. Entretanto a dificuldade de aquisição de um domínio, ou a própria produção da página nesse programa dificultam aquele que deseja ter um sítio na internet. Deste modo, Komesu (2005) analisa que é a partir da criação do blog que o escritor do século XXI tem sua grande oportunidade, pela facilidade e liberdade de expressão na internet. Partindo dessa liberdade pretende-se analisar no corpus desta pesquisa alguns blogs corporativos da Universidade Estadual de Santa Cruz, na Bahia. Para realização de tal análise neste estudo serão essenciais esboços partindo dos conceitos da Análise do Discurso, Estudos Culturais e a Linguística Textual.

2. O que é Blog corporativo?

Blog, como indica Komesu (2005), vem da palavra inglesa *weblog*, que ao se popularizar passou a ser chamada de *Blog*. Os blogs corporativos, por sua vez, são descendentes do blog comum. Inicialmente os blogs nasceram, a partir do que analisa Komesu (2005), como diários individuais na internet. Essa forma de enunciação na rede era então de cunho individual. Então, no início, não se percebia de forma íncrita o uso de blogs partindo de certo grupo. Essa prática era mais comum em grupos de discussão.⁵ Entretanto, o blog nasceu e foi usado em seu início como uma enunciação absolutamente pessoal. É imprescindível destacar que:

Os *blogs* têm uma história própria, uma função específica e uma estrutura que os caracteriza como um gênero, embora extremamente variados nas peças textuais que albergam. Hoje são praticados em grande escala e estão fadados a se tornarem cada vez mais populares pelo enorme apelo pessoal. (MARCUSCHI, 2005, p. 60)

Portanto, além de ser praticado de início individualmente, como destaca Marcuschi (2005), os blogs são praticados em grande escala. Atualmente, porém, uma nova prática é vista na rede mundial de computadores concernente aos blogs: o surgimento dos blogs corporativos. Estes são criados a partir de grupos de discussão nas universidades, empresas, ONGs, entre outros. O caráter dos blogs deixa de ser apenas pessoal para também ganhar a conotação de corporativo, social. A respeito dessa diversidade de formatos Marcuschi (2005) assinala que:

Esta não é uma tipologia nem uma relação de ambientes. Serve para entender que os gêneros surgem dentro de ambientes como locais que permitem "cultura" variadas. Além

⁵ Os grupos de discussão são objeto de estudo de Marcuschi (2005) e surgiram como uma forma de integração virtual. Hoje essa prática é chamada de "Fórum".

disso, revela que a Internet não é um ambiente virtual homogêneo, mas apresenta uma grande heterogeneidade de formatos e permite muitas maneiras de operação relativas à participação e aos processos interativos. Alguns desses ambientes podem ser manipulados com alguma facilidade, ao contrário de nossa posição diante da televisão e do rádio que permite menos manipulação e interação [...] (MARCUSCHI, 2005, p. 27)

Lévy (1993) afirma que não há hipertextos universais e que eles, quando criados, estão ligados a certo contexto discursivo. Isso esclarece o surgimento de blogs que tenham o objetivo de divulgar os diversos trabalhos de uma corporação.

3. Os gêneros textuais no Blog corporativo

Uma grande discussão alcançada nos estudos linguísticos em nossos dias trata dos gêneros textuais que surgiram, e aqueles que foram adaptados ou transpostos para o Hipertexto. Entretanto, como analisa Marcuschi (2005) não se pode afirmar que a Hipermídia fez surgir gêneros textuais novos, porque tudo que é veiculado no hipertexto teve sua origem na cultural impressa ou oral. A respeito disso observa-se a linguagem síncrona⁶ dos Bate-papos, programas de Messenger, entre outros (em que as pessoas recebem e enviam mensagens simultaneamente). Tal linguagem é síncrona e como gênero textual é uma adaptação das relações verbais entre seres humanos, por isso não pode ser classificada como inédita, nem como um gênero textual novo. Os blogs, entretanto apresentam uma linguagem assíncrona, tendo base nos gêneros textuais como diários, agendas, entre outros.

Para tanto já se pode elucidar as primeiras questões sobre o blog corporativo. Estes são dotados de gêneros textuais adaptados à Hipermídia. Em geral não se faz uso de uma *Home Page* que direciona o leitor a outros endereços. Por isso, a linguagem assíncrona dos blogs corporativos vem dar informações aos leitores. Essas informações são informes internos dos grupos de discussão, eventos, projetos e orientações da corporação alvo. Portanto, os blogs dão suporte para gêneros textuais assíncronos, como cartas, diários, periódicos, revistas e jornais. Assim:

[...] Podemos dizer que os gêneros textuais são frutos de complexas relações entre um **meio**, um **uso** e a **linguagem**. No presente caso, o meio eletrônico oferece peculiaridades específicas para uso sociais, culturais e comunicativos que não se oferecem nas relações interpessoais face a face. E a linguagem concorre aqui com ênfases deslocadas em relação ao que conhecemos em outros contextos de uso. (MARCUSCHI, 2005, p. 20)

4. Os blogs corporativos da UESC: uma abordagem discursiva

⁶ Termo retirado de Marcuschi e Xavier (2005).

Embora a instituição alvo tenha centenas de blogs corporativos este trabalho apenas tem como objeto empírico os blogs “UescEnglishQuest”⁷, Ciências Sociais⁸ e Português como Língua Estrangeira⁹ para análise.

Em geral os blogs vêm com uma apresentação na *sidebar* (barra lateral), ou mesmo no corpo central do blog, falando sobre o que trata o sítio eletrônico. Essa técnica discursiva tenta prender o leitor-alvo. É o caso do blog “UescEnglishQuest”, que tem no seu subtítulo uma breve descrição do que tratará o blog: “*UESCenglishQUEST is part of the resources provided by the staff of the extension project Making the teaching of English more dynamic at UESC. You are welcome to interact with us. Join us!*”¹⁰

O mesmo acontece com o blog “Português como Língua Estrangeira”:

Olá, este é o Portal do projeto Português como Língua Estrangeira (PLE) da UESC. Neste portal você terá acesso a projetos, artigos e novidades [...] A Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) é uma das maiores universidades da Bahia em pesquisa e Extensão, assim como em ensino. Contando com mais de 900 professores e mais de 29 cursos de graduação e mais de 16 cursos em Pós-graduação a UESC tem mais de 6000 alunos matriculados. [...] Este portal em o objetivo de colocar online alguns projetos, artigos e o próprio ensino de Português como Língua Estrangeira.¹¹

Entretanto, essa prática discursiva não é observada no blog “Ciências Sociais”. Este segue o estilo inicial dos blogs, como um diário, não tendo, para tanto, uma apresentação na *Home Page*, mas as atualizações da página. Essa prática é analisada por Komesu (2005):

O *blog* é concebido como um espaço em que o escrevente pode expressar o que quiser na atividade da (sua) escrita, com a escolha de imagens e de sons que compõem o todo do texto veiculado na internet. A ferramenta empregada possibilita ao escrevente a rápida atualização e a manutenção dos escritos em rede, além da interatividade com o leitor das páginas pessoais. Os *blogs* possuem, portanto, características diferenciadas dos diários tradicionalmente escritos. Acredito que não se deve associá-los porque são *acontecimentos discursivos* distintos, cuja materialidade advém de “gêneros do discurso” também distintos. [...] (KOMESU, 2005, p. 113)

Assim, é baseado nesse modelo, com o recurso semiótico de fotos que o blog “Ciências Sociais” tenta chamar atenção. Vários recursos semióticos são muito comuns nos blogs. Imagens, sons, vídeos e a facilidade de acessá-los é uma tendência iniciada na internet que está longe de ter seu fim. O blog “Português como Língua Estrangeira” traz na sua *sidebar* (lateral) uma foto da entrada da instituição onde se concentra

⁷ De endereço <http://uescenglishquest.blogspot.com/>

⁸ De endereço <http://cienciassociaisuesc.blogspot.com/>

⁹ De endereço <http://pleuesc.blogspot.com/p/projetos.html>

¹⁰ “Esse blog faz parte do projeto de extensão *Dinamizando o ensino da língua inglesa na UESC*. Sintam-se à vontade para interagir com os recursos oferecidos aqui. Juntem-se a nós!”, tradução feita pelos próprios responsáveis pelo sítio. Referência completa na seção Referências Bibliográficas.

¹¹ Referência completa na seção Referências Bibliográficas

esse grupo corporacional. Esse recurso pode fazer com que o leitor midiático, proveniente ainda da Segunda Revolução Industrial no surgimento da fotografia por Daguerre, possa parar e levar mais tempo analisando a página. O blog “UescEnglishQuest” não usa esse recurso, entretanto apresenta em seu conteúdo notícias e quizzes para o aluno que se habilita a responder.

Para tanto, observa-se atentamente o uso dessas tendências e recursos como uma forma de adaptação do discurso de atividades da corporação ao discurso de Hipertexto, portanto uma interface ao meio digital, pois o vocábulo interface:

[...] Lembra ao mesmo tempo a comunicação (ou o transporte) e os processos transformadores necessários ao sucesso da transmissão. A interface mantém juntas as duas dimensões do devir: o movimento e a metamorfose. É a operadora da passagem. (LÉVY, 1993, p. 176)

Em adição a isso Foucault (1996) analisa que o discurso não é somente o que se enuncia, mas pelo que se enuncia ou qual o motivo que leva o enunciador a produzir aquele enunciado. A partir dessa conjectura pode-se afirmar que o discurso dos blogs corporativos é um discurso de adaptação à Hipermídia. Nessa ótica é visível o uso de ferramentas ligadas a vários tipos de mídia: imagens com música, vídeos, entre outros. Um exemplo pode ser visto no blog “UescEnglishQuest” com o uso do recurso “Comunidade”. Tal ferramenta permite cadastro do usuário naquele blog como um dos “seguidores” da comunidade da página.

Assim, o uso dos recursos semióticos para prender a atenção do leitor é uma prática discursiva importante a ser avaliada. Qual seria a relação entre o consumidor e o hipertexto? Partindo desse ponto Xavier (2005) aponta que:

[...]o hipertexto demanda uma forma de leitura que poderíamos chamar **self-service** no que concerne à exploração dos hiperlinks dispostos na superfície semiolinguística da tela, ou seja, é o "consumidor" [...] quem folheia o cardápio disponível naqueles sítios digitais, seleciona o que vai querer e, em seguida, serve-se das "iguarias" dos hiperlinks que mais lhe apetecerem, na porção que desejarem e na mesma velocidade de fluxo de pensamento.(XAVIER, 2005, p. 174)

Da metáfora utilizada por Xavier (2005) pode-se entender o blog corporativo não apenas como um portal para um público alvo, mas uma interface de comunicação com os diversos gêneros digitais. Para Canclini (2008) as cidades são urbes multiculturais. Para o mesmo teórico a cultura nacional é construída dentro desses aglomerados multiculturais. Essa análise pode ser versada para a Internet, uma vez que a Hipermídia é visitada pelo mundo, não sendo o acesso restrito a certo grupo.

5. Os blogs corporativos como dispositivos educacionais

Na atualidade os blogs corporativos são usados com muita frequência em universidades e escolas. Tal uso reflete a importância que as tecnologias têm para a prática pedagógica. Ensinar uma L1/L2 configura-se sobre a busca de materiais. A metodologia é muito importante para o ensino.

O presente trabalho revela a importância dos blogs como dispositivo pedagógico. Os blogs analisados neste trabalho são parte de grupos que se pautam em realizar divulgação de eventos e buscar subsídios para o ensino nas universidades. Não são analisados, contudo, blogs de ensino/aprendizagem do ensino médio e fundamental, nos quais são encontradas outras formas de construção do discurso e orientação de gêneros.

Sobre a utilização dos gêneros nos blogs Marcuschi (2005) traduz o uso dos blogs como suporte para os gêneros textuais a serem utilizados. Assim, quando se utiliza o blog para um uso pedagógico ele é utilizado principalmente como suporte para a construção do discurso, seja em sua construção textual (que gêneros ou tipos textuais ele apresenta como, por exemplo, crônica, poema ou reportagem, anúncio) ou em sua enunciação discursiva, porque tal blog constrói um discurso representando uma instituição. Dessa forma, os autores do blog, partindo de Foucault (1996), representam as vozes das instituições às quais pertencem (religiosa, científica, política) e, por isso, repetem as posições discursivas dessas instituições.

Quando utilizados para a prática pedagógica/educacional os blogs podem, conforme a pesquisa nos blogs corporativos da UESC:

- Incentivar a pesquisa de temas relacionados aos temas programáticos propostos;
- Promover o uso de recursos semióticos (tais como vídeo, música, aplicativos de redes sociais) para que o aluno utilize o blog e perceba a importância da tradução intralinguística, como exemplo o ato de transpor um texto para o vídeo, ou em forma de música;
- Colocar nos blogs links de sites que possam colaborar com o ensino do tema-alvo (tais como tradutores, páginas de jornais, sugestões de outros sites interessantes);
- Aceitar comentários relevantes ao tema proposto como busca de oportunidade de avaliar a análise do outro sobre o discurso enunciado (como por exemplo, um blog didático de língua estrangeira pode permitir o uso de comentários porque o visitante pode postar suas dúvidas a respeito do que é publicado).

Nesse sentido este trabalho não só visa tecer uma análise da construção do texto quanto à importância dos gêneros, mas qual é a importância da construção do discurso no meio virtual. Os blogs analisados (“EnglishEnglishQuest”, “Ciências Sociais da UESC” e “Português como Língua Estrangeira”):

- Publicam textos em duas línguas, promovendo os usos da tradução;
- Dão oportunidade ao leitor para postar comentários ;
- Permitem surgir oportunidades em que o aluno poste mensagens ou dúvidas, sendo o comentário um intercâmbio entre um “eu” livre (porque qualquer pessoa pode postar) para um “tu” (o autor do texto), uma liberdade do leitor em relação ao texto assíncrono;

- Os blogs apresentam fotos da instituição, fomentando os eventos lá acontecidos, assim como os coordenadores e participantes.

Os textos dos blogs analisados são provenientes do discurso científico, e, portanto, discursos repetidores da ideologia científica, seja em forma de pesquisas, textos, fotos ou vídeos. Por isso a ideia superficial de que na Internet *pode-se falar de tudo em qualquer lugar e a qualquer momento*, segundo o pensamento foucaultiano em relação à construção de verdade, não reflete a realidade, porque mesmo que um blog seja de base etnocêntrica ou falocêntrica ele representa a voz da instituição, ou instituições, a qual ou às quais pertence o autor. Os blogs americanos dos pertencentes ao grupo racista e neonazista *Ku Kux Klan*, por exemplo, não estão cumprindo a expectativa de *falar tudo, em qualquer lugar e a qualquer momento*, quando defendem a superioridade de uma raça sobre outras, mas a enunciação da voz da instituição racista que defende o purismo de “raças”, a extirpação dos negros do mundo ou mesmo uma *América Limpa*.

Nesse sentido, ao escrever um blog o autor já pertence a instituições e é a partir delas que ele vai produzir enunciados. *Falar tudo, em qualquer lugar e a qualquer momento* parece ser um paradoxo ao se pensar que um blog jamais vai fazer o possível com que o leitor jamais volte àquela página, produzindo enunciados do tipo: “Você não é bem vindo a este blog”. Se o blog não produz tal enunciado, temendo menos acessantes, é porque ele não *diz tudo, em qualquer lugar e a qualquer momento*.

Como blogs provenientes de instituições científicas, os blogs analisados repetem o discurso da instituição quando introduzem novos métodos de ensino/aprendizagem, os quais foram formulados no seio da sociedade acadêmica pelos maiores pesquisadores e teóricos das áreas em estudo. Assim, é a partir da constituição do significado de instituição científica que esses blogs publicam exercícios, os quais se enquadram em práticas educacionais.

. A *verdade* levada em conta por esses blogs é a verdade dita científica, aquela conduzida e aplicada no seio da sociedade acadêmica e que diz respeito aos métodos mais aceitos pela comunidade acadêmica.

5. Considerações Finais

Os blogs corporativos têm sido usados com frequência por grupos de discussão, corporações nas universidades, empresas, entre outros. Essa ação inaugura uma prática discursiva na internet: a interface digital do que acontece no plano real.

Portanto, percebe-se a importância de estudos nesse sentido. Este trabalho buscou, como objeto empírico, analisar alguns blogs corporativos da Universidade Estadual de Santa Cruz como uma interface discursiva do que acontece dentro dos órgãos das universidades e a construção do discurso realizada por eles.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: Aula inaugural no Collège de France pronunciada em 2 dezembro de 1970. São Paulo: Loyola, 1996.

KOMESU, F. C. Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet. In: MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A.C. (orgs.) **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 2ed. Rio de Janeiro: Lucerna. 2005.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: O Futuro do Pensamento na Era da Informática. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo-SP: Editora 34, 1993.

MARCUSCHI, Luís Antônio. 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**. 2ed. Rio de Janeiro: Lucerna. 2005.

XAVIER, A. C. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A.C (orgs.) **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 2ed. Rio de Janeiro: Lucerna. 2005.

Páginas consultadas

CIÊNCIAS SOCIAIS-UDESC. **Blogger**. Disponível em: <<http://cienciassociaisuesc.blogspot.com/>> Acesso em: 15 set. 2010.

PORTUGUÊS COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA. **Blogger**. Disponível em: <<http://www.pleuesc.blogspot.com/>> Acesso em: 15 set. 2010.

UESCEnglishQuest. **Blogger**. Disponível em: <<http://uescenglishquest.blogspot.com/>> Acesso em: 15 set. 2010

Abstract: *This research aims to carry an approaching with the corporational blogs of the Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), beggining from its cultural importance. So, it is aimed, from the concepts of the French Discourse Analysys and the Cultural Studies, to research the importance of the corporational blogs in the cultural and discursive context. In this conception, this work is feasible concerning to what says Canclini (2003) when He affirms that in the contemporary world there is not how to be a citizen and not be a consumer. In that, it aims to analyze the present discourse on the corporational blogs, being na adaptation to hypertext readers as cultural and information consumers on the web. As the methodology it is previewed the theoretical research on the studied fields, and about Canclini (2000; 2003), Marcuschi (2005), and the visitation and alanysis production of the corporational blogs of the UESC.*

Keywords: *reader; corporational blogs; discourse; culture; reaffirmation.*