



## IBERCOM: COMUNICAÇÃO, CULTURA E MÍDIAS SOCIAIS

Taianne de Lima Gomes<sup>1</sup>

**RESUMO:** O livro *Comunicação, Cultura e Mídias Sociais* é fruto do XIV Congresso Ibero-americano de Comunicação, realizado em 2015, na ECA-USP. A publicação, organizada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Margarida Maria Krohling Kunsch, traz uma reflexão sobre as redes sociais, o uso da internet e a vigilância a qual todos estão submetidos no mundo virtual. Com oito artigos, o livro é dividido em três etapas: “Rumo a uma Cultura da Transparência”, “Mídias Sociais como Espaço de Poder” e “Mídias Sociais como Espaço de Cultura”, redigidas por estudiosos renomados da região ibero-americana, como Derrick de Kerckhove.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Comunicação. Cultura. Ibercom. Mídias Sociais.*

---

<sup>1</sup> Jornalista e Relações Públicas. Atualmente, é mestranda em Estudos da Mídia na UFRN, sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Valquíria Aparecida Passos Kneipp. E-mail: taiannegomes@hotmail.com

## Resenha

O livro “Comunicação, cultura e mídias sociais” traz os principais assuntos discutidos no XIV Congresso Ibero-americano de Comunicação – IBERCOM 2015, realizado pela Associação Ibero-Americana de Comunicação (AssIBERCOM) e pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Inclusive, o nome da publicação é uma referência ao tema central do evento.

O livro e o IBERCOM foi organizado e coordenado, respectivamente, por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Margarida Maria Krohling Kunsch. Lopes possui pós-doutorado na Universidade de Florença, Itália, e é professora titular da ECA-USP, atuando, principalmente, com os temas: campo da comunicação, ficção televisiva, recepção da comunicação e metodologia da comunicação. Atualmente, é presidente da AssIBERCOM.

Kunsch é Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas e possui Doutorado em Ciências da Comunicação, pela USP. É professora titular da Universidade de São Paulo e diretora (2013-2016) da Escola de Comunicações e Artes da USP. Autora é bastante reconhecida pela publicação dos livros "Planejamento de relações públicas na comunicação integrada" e "Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional".

O livro organizado por Lopes e Kunsch é dividido em três partes: “Rumo a uma Cultura da Transparência”, “Mídias Sociais como Espaço de Poder” e “Mídias Sociais como Espaço de Cultura”. Na primeira parte, o prestigiado Derrick de Kerckhove<sup>1</sup> apresenta o capítulo “Ética de transparência na era do *Big Data*” e traz uma reflexão sobre a passagem das sociedades da opacidade para a transparência e, nesse sentido, afirma que na conjuntura atual da cultura digital, o destino é “tornar-nos transparentes” (p. 1).

O autor sugere que a sociedade humana mudou “os vetores técnicos três vezes” (p. 2). Senda a primeira mudança a escrita, que, de acordo com De Kerckhove, “transporta a linguagem de fora para dentro da mente” (p. 2). A segunda, a tecnologia, como caráter definidor da humanidade, onde os *cookies* mostram as pisadas dos

usuários na rede. E, por último, o retorno da cultura da vergonha, no qual a sociedade passa a ser baseada na comunidade, no outro.

O autor analisa os espaços que a sociedade ocupa, sendo eles o físico, o mental e o ciberespaço. Este último, extrapola o corpo, uma vez que expõe todos os dados dos usuários nas redes sociais e em banco de dados. É, nesse momento, que o autor levanta a questão ética nessa nova condição.

De Kerckhove observa que, assim como a transparência resolve algumas questões, ela também atrapalha, pois cria o roubo de identidade e a homogeneização da sociedade, onde todos tentam se adequar às perspectivas do outro. Mas, em vez de lamentar, o autor propõe que sejam exploradas quais as consequências mais amplas dessa transparência. Para ele, os pilares para uma nova ética são o desenvolvimento de ferramentas que garantam um nível razoável de privacidade; o empoderamento, para que as pessoas possam agir de maneira autônoma; e a educação para ajudar na compreensão das ferramentas de socialização e das regras sociais desses novos meios.

De Kerckhove conclui de forma bastante otimista afirmando que a transparência vai definir o comportamento ético do futuro, que o sentido de honra vai voltar, que os negócios dependerão de honestidade e a que economia do lucro será substituída pela cultura do serviço.

Mais adiante, em “Mídias Sociais como Espaço de Poder”, Norval Baitello Junior<sup>2</sup> apresenta o texto de intitulado “(A massa sem corpo), (o corpo sem massa), (a massa sem massa), (o corpo sem corpo). As redes sociais como ambientes de ausência (e fundamentalismos)”.

O autor traz uma reflexão sobre a comunidade sem comunidade, sem convívio. Para ele, a massa não existe e quando se materializa “é efêmera e não se consolida” (p. 19). Como forma de exemplificar o caráter passageiro das redes, Baitello Junior lembra dos protestos de 2013. O autor analisa as redes sociais como espaços em que “as curtições se apresentam como meros ecos, reverberações, vazias de verdadeira fruição, vazias de surpresa” (p. 21).

Baitello Junior conclui que todas as abstrações do corpo, dos rastros até seus *posts*, afastam o indivíduo do próprio corpo e finaliza, de forma incisiva, enfatizando a

necessidade cada vez maior de ecos e repetições para preencher as ausências e os vazios da vida atual.

O texto seguinte é de Antônio Fidalgo<sup>3</sup>, intitulado “Novas massas e novos poderes. Massas na era da internet”. Como definições importantes, o autor trata do termo ‘massas’ e traça um paralelo entre o real e o virtual. Para ele, a massa se relaciona diretamente à proximidade física, porém, apesar das mídias sociais separarem os indivíduos fisicamente, elas geram aproximações extraordinárias à semelhança das massas físicas. A questão relacionada à homogeneidade, ao crescimento ilimitado, típicos do mundo real, também apresentam-se nas mídias sociais.

Além disso, os grupos virtuais têm a possibilidade de se encontrar fisicamente para dar visibilidade e força ao seu movimento. As massas virtuais, então, podem se corporizar. Dessa forma, ao analisar a abordagem que Fidalgo faz sobre as redes, é impossível não lembrar de movimentos como a Primavera Árabe e as manifestações ocorridas no Brasil, no mês de junho de 2013.

Sobre o poder das redes, Fidalgo observa que, assim como o indivíduo é levado a se confessar no catolicismo, nas redes, os usuários acabam por revelar segredos por meio dos rastros deixados na internet, de suas pegadas digitais. Ao analisar esse poderio, o autor constata “as redes sociais dispõem hoje de muito mais informações sobre os seus utilizadores do que alguma vez na história os tiranos dispuseram sobre os seus povos” (p. 29).

O capítulo seguinte, de Francisco Rudiger<sup>4</sup>, intitulado “As redes e a armação: da cultura do narcisismo ao feitichismo tecnológico”, retrata as redes sociais como “passatempo articulado pela forma de mercadoria” (p. 33). O autor tomou como *corpus* de análise três tendências que se destacam quando se fala de redes sociais. A primeira, de Henry Jenkins, trata as redes sociais como elemento que capacita o indivíduo a produzir e divulgar seus próprios bens culturais.

A segunda, de Cedric Biagini, é extremamente pessimista. Para ele, o indivíduo se apresenta como uma marca, como uma mercadoria em uma vitrine. Cedric afirma que “as pessoas e o real só adquirem sentido quando publicizados” (p. 35) e conclui que há muito pouco a esperar das novas tecnologias.

A terceira tendência é de Christian Fuchs, que também faz uma crítica as redes sociais e, por isso, sugere a luta pela criação e manutenção de redes independentes. Para Fuchs, ao mesmo tempo que as redes não são progressistas, pois servem para a exploração por parte do capital, “por outro lado, verifica-se que suas práticas são denunciadas e muitas de suas páginas servem para fazer propaganda anticapitalista” (p. 38).

Após explicitar as tendências, Rudiger aborda o feitichismo da mercadoria e observa que nas redes os conflitos que surgem são cosméticos e “a regra é a banalidade cotidiana” (p. 42). Para o autor, ao mesmo tempo que o progresso da tecnologia favorece a expansão da riqueza, reduz a capacidade criativa do indivíduo.

Diferente do otimismo apresentado por Kerckhove, Rudiger cita Jodi Dean para reforçar que as redes sociais, embora possibilitem a livre expressão, não se revelam como um avanço, uma vez que não trouxeram esclarecimento. O essencial reside no fetiche, na desvalorização da experiência vivida, no diálogo interminável com a máquina e no orgulho de estar sempre atento e de prontidão.

Em “Mídias sociais como espaço de cultura”, Eugênio Bucci<sup>5</sup> apresenta o menor capítulo do livro, com apenas cinco páginas, intitulado “A carne e o bit”. O autor não pontua vantagens em relação às redes sociais, ao contrário, nomeia como uma fera enfurecida. “Ao dominar a natureza pela técnica hipertecnológica, entrega-se a uma natureza superior que ele mesmo não conhece nem domina” (p. 60).

A partir do referencial teórico de Lucia Santaella, Bucci enfatiza que a sociedade vive uma enfermidade neuronal, que não é mais bacteriana ou viral, e finaliza avisando que a “próxima revolução tecnológica será o câncer domesticado: mutação genética a serviço da técnica” (p. 60).

O capítulo “Tecnofilias y tecnofobias frente a la investigación y desarrollo de cibercultur@”, é de autoria do mexicano Jorge A. González<sup>6</sup>. O texto mostra que as relações sociais podem ser analisadas pelo processo de formação de suas ecologias simbólicas, que tem como componentes centrais a informação, a comunicação e o conhecimento. Para o autor, é impossível conceber as chamadas “tecnologias de

informação e comunicação”. Sem englobar o conhecimento, elas se convertem em tecnologia de desconhecimento.

González também faz uma crítica a maneira simplista como são conhecidas as mídias e redes sociais. Esses dois termos ‘mídias’ e ‘redes’ não englobam em si as interrelações e dinâmicas envolvidas. Assim como o termo ‘meios de comunicação’ é inadequado, porque não media, trata-se de uma relação não dialógica, unidirecional.

O autor critica ainda as investigações atuais e cita a cultura da convergência, de Jenkins. Para ele, é necessário desenvolver uma teoria adequada, que permita não só entender os processos atuais, mas transformá-los. González afirma que os estudos atuais se concentram apenas em oferecer descrições do que se supõe que esteja acontecendo.

No penúltimo capítulo, Margarita Ledo Andion<sup>7</sup> apresenta “Medios sociais e ensaio documental feminista”. A autora destaca as propostas de alfabetização digital, apresentadas por instituições que trabalham a temática “política e feminismo”, a fim de incorporar ao trabalho das agitadoras sociais ferramentas para difusão, compartilhamento e diálogo, possibilitando assim a ocupação crítica de espaços de empoderamento.

165

Mas os avanços das tecnologias da informação e comunicação também trazem à tona uma questão delicada do universo feminino. Segundo Andion, é possível observar nas redes as injustiças que sofrem as mulheres negras em relação às brancas. A autora trata ainda da necessidade de investigar o campo da cibercultura, no que diz respeito a forma como impacta e conecta as mulheres.

Fechando o livro, Lucia Santaella<sup>8</sup> apresenta o capítulo “A cultura digital na berlinda”. A autora afirma que a internet está na sua fase adulta e que o balanço que está sendo feito em relação aos seus usos vem sendo chamado de pós-digital e pós-mídia. Para ela, a cultura digital está gerando um desconforto crescente, em função de seus dilemas, contradições e paradoxos, e o evento Transmediale representa bem esse estado.

O Transmediale acontece sempre no mês de janeiro, em Berlim. O evento é um “termômetro do estado da arte do campo midiático” (p. 95). Nos últimos anos, a reflexão sobre vigilância tem sido uma das frentes, “diante dos quais os direitos digitais devem resistir e lutar para preservar a liberdade de expressão, a privacidade *online* e a

acessibilidade da informação” (p. 95). O tom pessimista é acentuado em relação ao tema, uma vez que todos os dados estão submetidos a algoritmos, o que gera uma espécie de capitalismo digital. Nesse contexto, lamenta-se a perda da privacidade, “a coisificação do eu” e a mercantilização dos dados.

Santaella faz uma crítica ao evento que não propôs saídas. “Criticar não é falar, mas fazer” (p. 98), ela alfineta. Para a autora, a rede está cheia de paradoxos e contradições. Por exemplo, ao mesmo tempo que “indivíduos comuns reclamam da invasão de privacidade, jovens hoje se expõem e se exibem até o limite da obscenidade” (p. 99). Nessa luta contra a ‘governabilidade dos algoritmos’, um tipo de sofisticação do capitalismo, a diversidade geopolítica precisa ser considerada

O livro é uma boa aula sobre as redes sociais, o acesso desenfreado à internet e a vigilância a qual todos que estão no mundo virtual se submetem. É também uma valiosa reflexão acerca da necessidade de não apenas descrever a realidade, mas propor soluções. Com 101 páginas, o livro de Lopes e Kunsch começa mostrando a transição que a sociedade passou, saindo da opacidade para a transparência, de acordo com Derrick de Kerckhove. No segundo capítulo, Baitello Junior sugere que as redes preenchem as ausências e os vazios da vida atual.

No texto seguinte Fidalgo indica que as massas virtuais se corporizam a partir de convocações feitas na rede, mas que os movimentos costumam ser efêmeros e segue falando sobre os rastros que cada usuário deixa ao acessar à internet. Na sequência, após explicitar as tendências atuais relacionadas às redes sociais, Rudiger aborda o feitiçismo da mercadoria e observa que nas redes os conflitos que surgem são cosméticos e que reduz a capacidade criativa do indivíduo.

No capítulo seguinte, Bucci compara as redes com uma fera enfurecida e enfatiza que a sociedade vive uma enfermidade neuronal. Adiante, González levanta a necessidade de desenvolver uma teoria adequada, que permita entender os processos atuais e transformá-los. No penúltimo capítulo, Margarita Ledo Andion associa as redes sociais a espaços de empoderamento feminino e mostra necessidade de investigar como a cibercultura impacta e conecta as mulheres. Santaella fecha o último capítulo do livro. Para ela, a rede está cheia de contradições, é preciso, portanto, propor saídas, pensar em soluções.

## Referência

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação, cultura e mídias sociais**. São Paulo: ECA-USP, 2015.

---

<sup>1</sup> Autor de *The Skin of Culture* (traduzido em português como *A Pele da Cultura*) e *Connect Intelligence*. Atualmente é professor aposentado do Departamento de French da University of Toronto, Canadá e professor titular de sociologia da cultura digital na Università degli Studi di Napoli Federico II, Itália.

<sup>2</sup> Professor Doutor do Programa de Comunicação e Semiótica da PUC/SP, líder do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia.

<sup>3</sup> Professor catedrático de Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior, Portugal. Foi professor da Universidade Católica Portuguesa. Fundou a Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (<<http://bocc.ubi.pt/>>) e o LabCom (<http://www.labcom.pt/>).

<sup>4</sup> Professor da Universidade Federal e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo. Publicou as *teorias da cibercultura* e *Martin Heidegger e a questão da técnica*.

<sup>5</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). É Professor Doutor do Departamento de Jornalismo e Editoração e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, ambos da ECA-USP, e Diretor do curso de Pós-Graduação em Jornalismo com ênfase em Direção Editorial da Escola Superior de Propaganda e Marketing.

<sup>6</sup> Investigador del LabCOMplex, Área Cibercultur@ y Comunidades de Conocimiento, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México.

<sup>7</sup> Doutora em Ciências da Informação pela Universidade Autônoma de Barcelona, é catedrática de Comunicação Audiovisual e Publicidade na Universidade de Santiago de Compostela e é vice-presidente da AssIBERCOM.

<sup>8</sup> Professora Doutora Titular do Programa de Estudos Pós-Graduados em Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Brasil. Pesquisadora 1ª do CNPQ.