

# O caráter humano e social dos *media* artificiais

Amanda Luiza S. Pereira

**P**ara entender as mídias sociais é um e-book propagado sob a licença *Creative Commons* que, em consonância com os ideais das práticas nas mídias sociais, não se presta à fundamentação aprofundada da temática, mas sim ao fornecimento de alicerce mínimo para debates. Como resultado destes últimos é que espera-se entender, no sentido de esgotar (se é que isto é possível) as questões envolvidas por tal assunto.

O modelo de produção e organização específico que determina especialmente o título, os autores participantes e, por conseguinte, as sub-temáticas, é uma continuidade de outro e-book, *Para entender a Internet*, divulgado em março de 2009 por seu organizador Juliano Spyer, responsável pelo primeiro prefácio de *Para entender as mídias sociais* intitulado *Motivos para você ler este livro*.

Os outros dois prefácios *Para quebrar a cabeça com as mídias sociais* e *A Nova Revolução: as Redes são as Mensagens* foram escritos por Edney Souza e Raquel Recuero respectivamente porque ambos são co-autores da obra *Para entender a internet*.

Sobre isto, a organizadora Ana Brambilla esclarece que “um desafio a que me propus foi o de não repetir os autores do livro *Para Entender a Internet*, em uma tentativa de jogar luz sob outros pontos de vista” (Brambilla, 2011:4), à exceção dela própria e Juliano Spyer, os quais não se enquadram nesta meta uma vez que têm textos em ambas as obras.

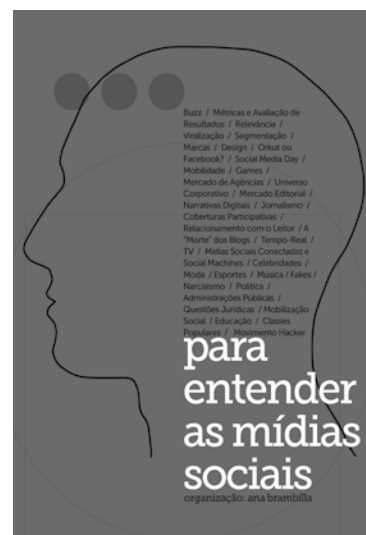
A temática geral “mídias sociais” aparece dividida em cinco itens, dentre os quais o primeiro, *Bases*, enfatiza possibilidades tecnológicas de plataformas, linguagens, dispositivos, produtos e articulações.

O núcleo *Mercado* aborda deslocamentos dos aspectos mercadológicos originados pelas

Para entender  
as mídias sociais

Ana Brambilla

São Paulo, 2011. 209 p.



mídias sociais, enquanto em *Redação* o centro está em discussões da intersecção entre jornalismo e mídias sociais, apesar de também abarcar pontos mais abrangentes como, por exemplo, a relação entre mídias tradicional e social.

Em *Persona* os diversos assuntos – Celebidades, Moda, Esportes e Música – se misturam ao elemento humano da comunicação em mídias sociais, foco dos dois últimos textos do núcleo *Fakes* e *Narcisismo* e, finalmente, no Núcleo denominado *Social* há predominância de diálogo com o nível político e, por conseguinte, com abordagens diretas e indiretas à esfera pública e aspectos legais.

A diversidade de tratamentos e recortes da mesma temática implica, sobretudo, em variedade de problemas e objetivos propostos, inclusive dentro dos núcleos de organização da obra. Assim, a intenção básica indicada já no título (*Para entender...*) é a orientação principal considerando-se a totalidade do livro: o leitor que não possui afinidade com o assunto é, paulatinamente, introduzido ao mesmo através de vocábulos próprios, *links* distribuídos pelos

textos e explicações concisas em uma linguagem agradável.

Na multiplicidade de aportes alguns elementos são constantes. O mais notável é a centralidade da presença dos indivíduos seja na posição de consumidor, participante, emissor ou fã, uma vez que é entendida como inexorável ao sentido de toda comunicação em mídias sociais.

A segunda noção mais significativa é que, ainda que o suporte tecnológico seja fundamental às mídias sociais, comportamentos comunicativos artificiais tais como *posts* pagos são mal recebidas neste contexto em que, de maneira ambivalente, a autenticidade da presença humana é tão importante quanto (em alguns textos, mais que) a estrutura técnica e tecnológica para a viabilização da comunicação nestas mídias.

Estes dois posicionamentos que perpassam a obra (e cabe também indicar na sua antecessora, *Para entender a Internet*) são mais esclarecedores quando observados no contexto de toda a produção sobre o assunto, pois não dei-

xam dúvidas quanto a relevância do caráter humano e social da comunicação fundamentada em meios: É interessante notar que em meio a tantas opções de nomeação tratadas como sinônimos (comunidades digitais, redes, comunicação mediada por computador e assim por diante) optou-se justamente por “mídias sociais” para agrupar textos com tal proeminência.

As discussões possíveis a partir do relevo destes elementos são muitas e ainda multiplicadas considerando-se todas as outras questões somadas. Além disto, não se trata de aprofundamento da temática, cuja novidade não é característica. Mas como sinalizado, o objetivo do livro (que também corresponde à sua grande qualidade) é ser introdutório e propulsor de debates para a compreensão de aspectos tão complexos, interligados e passíveis de alteração.

*(resenha recebida abr.2012/aprovada mai.2012)*

**Amanda Luiza S. Pereira**, mestranda em Comunicação na Faculdade Cásper Líbero.