

O RELATIVISMO CULTURAL DAS REDES SOCIAIS: REVISITANDO MCLUHAN E A CRISE DE PARADIGMAS

THE CULTURAL RELATIVISM OF SOCIAL NETWORKS: REVISITING MCLUHAN AND THE CRISIS OF PARADIGMS



Vol. II Número 21 jan./jul. 2016

p. 303 - 311

Eduardo Portanova Barros ¹

Lenoir Hoeckesfeld ²

Christine Rondon Teixeira ³

RESUMO - Este artigo aborda o que poderíamos chamar, na esteira de Marshall McLuhan, de Nova Comunicação, a partir da entrada em cena, na contemporaneidade, das redes sociais como fortalecimento ou não da imagem no setor político. Esse fortalecimento, porém, é relativo, e é isso que vamos considerar neste artigo. São estas mesmas redes sociais que permitem tanto atingir *stakeholders* quanto a possibilidade de convencimento e divulgação de projetos políticos, sim, entre outros aspectos. Porém, nem sempre isso se dá, em função de uma dinâmica das polaridades. Utilizamos métodos de pesquisas bibliográfica e documental, de nível exploratório, para essa análise das redes sociais pelas organizações públicas, pelos gestores públicos e pelos candidatos-políticos. Estas se espalham de forma viral. Pergunta-se, em suma: a utilização das redes sociais, como o *Facebook* e o *Instagram*, reforça ou não a imagem pessoal no cenário político? Trata-se antes de uma tensão dos pólos do que uma conclusão acabada ou definitiva sobre o tema.

PALAVRAS-CHAVE: Redes Sociais. Internet. Marketing. Imaginário.

SUMMARY

This article discusses what we might call, in the wake of Marshall McLuhan, New Communication from the arrival on the scene, the contemporary, social networks such as strengthening or not the image in the political sector. This strength, however, is relative, and that is what we will consider in this article. It is these same social networks that allow both to reach stakeholders and the possibility of conviction and dissemination of political projects, yes, among other things. But not always this happens, due to a dynamic polarities. We use methods of bibliographical

¹ Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC/RS. PNPd/CAPES/PPG em Ciências Sociais Unisinos-RS e Pesquisador do Grupo de Estudos sobre Comunicação e Imaginário - Imaginalis

² Mestrando em Administração pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL

³ Mestranda do PPG em Ciências Sociais da Unisinos-RS