MIDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA EM TEMPO DE REDES SOCIAIS DIGITAIS – ANÁLISE DE CASOS DOS GOVERNOS DILMA ROUSSEFF

POLITICS' MEDIATIZATION IN DIGITAL SOCIAL NETWORKS' TIME – ANALYSIS OF CASES FROM DILMA ROUSSEFF'S GOVERNMENTS

Marcelo Igor de Sousa[1]

Resumo: As mídias digitais têm causado mudanças nos diversos campos sociais, incluindo o campo político. Neste artigo serão feitas análises de casos próprios de experiências tentativas durante os Governos de Dilma Rousseff (2011-2016), em dois mandatos, sendo o segundo interrompido pelo processo de Impeachment. O período é caracterizado pelo uso da Internet e suas tecnologias e a consolidação das redes sociais digitais. A presença do Governo Federal nesse espaço é marcada por restrições, paralisias e tentativas na relação com a sociedade. São identificados três elementos de tensionamento: o ingresso realizado a partir de demandas

1. Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS e Jornalista na Secretaria de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: marceloigors@gmail.com.

da sociedade; a derrota na batalha das redes; e a tentativa de respostas mais conversacionais e participativas.

Palavras-chave: Midiatização da Política. Internet. Redes Sociais.

Abstract: The digital medias have caused changes in many areas, including politics. In this assay the cases from "*attempt experiences*", realized during the Dilma Rousseff's government (2011-2016) will be analyzed, including the impeachment's process against the Brazil's president. The period is marked by the use of the internet and its technologies, besides the consolidation of the digital social network. The Federal Government's presence in this area is characterized by restrictions, paralysis and attempts in its relation with the society. There are three elements of tension in this moment: the input of society's demands; the defeat in network's battle; and the experiment of government's responses which were more conversational and participative.

Keywords: Politics' Mediatization. Internet. Social Networks.

Na atualidade, a disponibilidade de abertura de mídias digitais conversacionais, com seus canais mais informais e mais propícios ao diálogo que os meios tradicionais, tem causado mudanças que precisam ser identificadas e que suscitam investigações científicas, principalmente pelo ainda pouco período de aplicação e pela carência de pesquisas que averigúem essas alterações. Neste artigo, ressalta-se que serão feitas análises de casos próprios de experiências tentativas de âmbito e período específico: os Governos Dilma (2011-2016), nos dois mandatos (2011-2014 e 2015-2016), sendo o segundo interrompido pelo processo de Impeachment. Este texto é redigido na seguinte perspectiva: referenciação teórica, situação das realidades, tensionamento dos objetos, análises e considerações.

1 Midiatização da Política

O marco teórico que tensiona a pesquisa é o da midiatização da política, com maior relevo para as alterações

mais recentes oriundas das tecnologias digitais e em rede. Afirma-se que política e comunicação como campos se afetam mutuamente e, de fato, o processo de midiatização da política pode ser indicado por uma progressão em vários níveis dessa afetação.

Tradicionalmente, experiências de uso da comunicação pelos governos seguem pela linha do incremento da democracia e da justificação da representação, como em audiências públicas, canais de escuta e programas de prestação de contas. Por outro lado, pode-se ver que o incremento das tecnologias digitais tem se mostrado plataformas e meios de aprimoramento desses espaços e um maior potencial de realização de experiências participativas e conversacionais, por meio de ferramentas que, potencialmente – vale a ressalva – facilitam a interação e a proximidade entre atores políticos e atores sociais.

O referencial de midiatização é observado na perspectiva da interface. O contato Comunicação/Política deve ser entendido a partir da compreensão de que "a midiatização institui um novo 'feixe de relações', engendradas em operações sobre as quais se desenvolvem novos processos de afetações entre as instituições e os atores sociais" (Fausto Neto, 2008. p. 96). Esse processo atinge instituições, atores políticos e atores sociais. Barbero (2004) aponta que, nesse processo de transformações midiáticas, a tecnologia passa de "um mero instrumento para converter-se em razão, em uma dimensão constitutiva de nossas culturas e de nossas sociedades, enquanto a política sofria um processo inverso, levando à desconfiguração e reconfiguração da razão política" (p. 23).

Em outra perspectiva, Hjarvard (2014) constata que há uma "influência" transformadora dos meios de comunicação sobre a esfera política. A explicação hjarvardiana é de que há um processo crescente que gera uma interdependência institucional entre os campos da mídia e da política. Segundo ele, para a midiatização, a comunicação resguarda uma penetrabilidade e atinge no âmago os demais processos sociais, de um modo mais amplo que uma afetação pontual. É bem verdade que as instituições tradicionais seguem tendo sua referência e que a política se mantém configurada numa estrutura

tradicional, mas, para a midiatização, o processo de afetação encontra-se "em vias de", ou seja, em construção, e a afetação de instituições e atores sociais pode ser um processo que conviva com elementos e fases anteriores.

Entendemos que as instituições políticas têm de reposicionar seus discursos e suas estratégias e formas de acesso aos públicos, no caso, os cidadãos, em cada instância de poder. Elas têm de reconhecer as mudanças da midiatização e como elas afetam sua relação com seus públicos, no caso, cidadãos e eleitores no contexto digital. Esse reposicionamento é que pode garantir maior vitalidade às instituições e capacidade de manutenção de suas relações com os atores sociais e as demais instituições da sociedade civil. A sociedade organizada em rede questiona o estabelecido nas estruturas convencionais de estados e grandes demandas por participação, porosidade dos governos e transparência administrativa são geradas.

Sobre isso, Cingolani é categórico: "Podemos dizer que, como grande parte da dimensão política é resolvida em termos midiáticos, a estratégia enunciativa de um agente político na mídia faz parte da própria estratégia política" (Cingolani, 2012. p. 55). O cidadão, que agora é produtor e consumidor, incita respostas mais rápidas, pois pode ser ouvido e pode divulgar seu conteúdo de denúncia ou reclamação. Um novo cidadão se apresenta e novos atores e instituições políticas precisam ser gerados.

De fato, a estrutura e os elementos do fazer político, as ferramentas tradicionais do 'jogo' e as estratégias eleitorais estabilizadas vão continuar existindo, mesmo que sendo colocadas em xeque a partir do contato com os meios personalizados e as ferramentas mais conversacionais. Mas mudanças já são visíveis e o que se demarca é que o contexto de governança pela conversação pública só é possível a partir do desenvolvimento da sociedade em midiatização. Com as práticas sociais sendo afetadas segundo lógicas específicas dos meios de comunicação, os representantes políticos são instigados a emitir suas respostas a partir da singularidade de tais objetos.

A nosso ver, essa reconfiguração é mais aprofundada no entendimento da mudança a partir das pesquisas empíricas como a proposta que segue. A pergunta que dá o tom é: "Verdadeiramente estaria surgindo um novo modo de participação política próprio da ambiência do digital?". E, num segundo plano, continuamos: "Como a comunicação tem sido o motor das estratégias de interação/conversação/participação nas redes sociais governamentais?" Ou "As ofertas conversacionais não se tratam apenas de simulacros e mecanismos infrutíferos que mais prejudicam que colaboram para o fomento da política?". Os casos selecionados emolduram respostas a esses questionamentos e serão tratados de forma conjunta, de modo a caracterizar, em diferentes perspectivas, o uso das redes sociais digitais pelo Governo Federal.

2 As redes no Governo Federal

No caso do Brasil pode-se afirmar que ainda há pouco uso dos instrumentos de e-governança e um ideal de deliberação disseminada ainda está longe de ser concretizado. Segundo pesquisa do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC), em 2015, no País, apenas 50%[2] dos usuários da Internet utilizaram "governo eletrônico" em alguma circunstância, nos últimos doze meses antes da pesquisa, sendo os principais acessos para matrícula em escolas e universidades públicas (24%) e pagamento de impostos e taxas (23%)[3]. A Pesquisa CETIC também questiona especificamente sobre formas de contato com governo ou instituições, e esses índices são muito baixos: Contato por e-mail (8%), Contato via perfis oficiais em redes sociais (8%), Contato via site ou formulário eletrônico, bate-papo ou site (8%), Sugestões ou Opiniões em fóruns ou consultas públicas oficiais (6%) e Votações ou enquetes em sites governamentais (6%)[4]. Os dados são atuais e referentes ao universo de usuários que usam a Internet. Ou seja, ainda é uma pequena

2. Em: http://www.cetic.br/tics/usuarios/2014/total-brasil/G1/
3. Em: http://www.cetic.br/tics/usuarios/2014/total-brasil/G2/
4. Em: http://www.cetic.br/tics/usuarios/2014/total-brasil/G5/

parcela da população que acessa, de fato, o governo para interações. E o mais importante para esse texto é que apenas 8% dos que usam a Internet se utilizam de perfis oficiais em redes sociais para se comunicar com o Governo.

O *corpus* selecionado para a análise inclui casos de iniciativas do uso das redes pelo Governo Federal no primeiro e no segundo mandatos de Dilma Rousseff (2011-2016), numa sistemática de identificação de tentativas capazes de mostrar usos e apropriações do Governo Federal nas redes sociais, para além de uma descrição extensiva de casos. O período caracterizado localiza, em vários momentos, o uso da Internet e suas tecnologias, com a disseminação de acesso, e a consolidação das redes sociais digitais como próprias desse período e marcantes do período de midiatização da sociedade. De antemão, se aponta, que o ingresso do Governo Federal nesse espaço foi marcado por restrições, paralisias e tentativas na relação com a sociedade.

O trabalho é de reconstituição reflexiva não de um momento, mas de uma processualidade. A presidenta Dilma assume o mandato em janeiro de 2011, num contexto de continuidade de Governo do Partido dos Trabalhadores. São coletados circuitos de ações nas redes: a) mobilizações contra a Copa do Mundo FIFA e a resposta dada nas redes pelo Governo (2013); b) Uso da conta no Twitter, (criada em 2010, apenas para a campanha, e retomada em 2013, num uso marcado por paralisações e retornos em momentos específicos); c) As páginas de ódio contra Dilma e o Partido dos Trabalhadores – e resposta vazia do Governo – e a derrota nas redes indicada na Carta Vazada do Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação Social Thomas Traumann; d) O perfil “Humaniza Redes” e o site “Dialoga Brasil” como tentativas de amenização do ódio e da carência por participação nas redes; e) O regresso para as redes após o afastamento pela Câmara e a falta de timing da conversação em rede.

Além disso, são materiais de investigação, logicamente, os períodos e processos de comunicação interrompida, chamados aqui de vácuo. Os vácuos são sintomas de uma comunicação em crise ou, atenuando as questões, uma comunicação sob percalços. O Governo está pressionado, a

todo o momento, por diversos aspectos: pela mediação e pela midiatização; pelas políticas dos Governos anteriores; pelas crises etc. E a comunicação colabora nas formulações tentativas, seja ela pensada e refletida ou mesmo em situações emergenciais, quando a solicitação demanda um curto tempo e uma linguagem conversacional, elementos característicos da comunicação em rede.

3 Tensionamento dos objetos: três pontos

No percurso de análise, são identificados três elementos de tensionamento: o ingresso realizado a partir de demandas da sociedade; a derrota na batalha das redes; e a tentativa de respostas mais conversacionais e participativas.

O primeiro elemento do tensionamento de tais objetos é o da perspectiva de ingresso nas redes sociais digitais, com o uso disseminado identificado nos primeiros anos de Governo de Dilma Rousseff. O grau de resposta é prejudicado devido à perda do tempo de resposta. A conta da Presidenta no Twitter (@dilmabr) utilizada para a campanha de 2010 é retomada apenas em setembro de 2013, um ano antes de nova eleição.



Figura 1: Twitter @dilmabr em 2013.
Fonte: Twitter[5].

5. Disponível em https://twitter.com/dilmabr?lang=pt.

Como em casos semelhantes de confrontação dos governos com demandas sociais especificas em cada local, a democracia representativa brasileira depara-se com diversas crises e o uso das redes sociais digitais se expande com a popularização do Facebook, criado em 2009, mas que se torna a rede mais usada no País em 2011[6]. O Brasil é palco, também, de sua Primavera. Com uma grande relevância em 2013, manifestações convocadas e articuladas pelas redes sociais levam para as ruas questões sociais e críticas às políticas de Governo. A modificação nas dinâmicas de resposta pode ser identificada no diálogo com grupos sociais não representados em redes tradicionais, como partidos políticos e movimentos sociais, as organizações são descentralizadas e diluídas em redes sociais.



Figura 2: Protestos de Rua em 2013.
Fonte: Blog Jornada de Junho[7].

Em 2014, são acirradas as crises da democracia representativa, o contexto particularizado característico da participação via redes sociais e as características de polarização política que se forjou no período eleitoral e se estruturou em diversos outros momentos. O mais característico no nível das

6. http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/09/facebook-supera-orkut-no-brasil-pela-primeira-vez-diz-ibope.html

7. Disponível em https://jornadadejunho.wordpress.com.

manifestações de rua é o encaminhamento para a mudança do público presente, com o início de forte participação de grupos mais à direita, identificados com um apartidarismo e apresentados como "público familiar". São criados vários perfis em redes sociais com objetivo de atacar o Governo e divulgar postagens com tom bastante agressivo, como o TV Revolta. O Governo cria, ainda no primeiro semestre, o site *Participa.br* como plataforma de participação. Dilma é vaiada e xingada na abertura Copa do Mundo, em São Paulo, no dia 12 de junho.



Figura 3: TV Revolta, em 2014
Fonte: Facebook[8].

No ano seguinte, páginas de ataque ao Governo nas redes sociais atingem casa de milhões de membros engajados na publicação de conteúdos de ataque/denúncia. Atrelado aos mecanismos de resposta e de participação tradicionais, o Governo aparenta uma demora em posicionar-se nas redes do modo demandado por essas redes, o que será apontado a seguir, no contexto de "derrota nas redes".

****

Um segundo percurso analítico configura-se a partir de uma afirmação do próprio Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM

8. Disponível em https://www.facebook.com/tvrevolta/.

(de fevereiro de 2014 a março de 2015), Thomas Traumann, de que houve uma derrota nas redes. O ministro, em documento interno da SECOM vazado para a imprensa, afirmou, entre outras tantas contundentes críticas, que o Governo foi derrotado nas disputas das redes sociais digitais e nas mobilizações de rua.

O período mais sintomático dessa derrota, no recorte realizado, se dá nos primeiros anos do segundo mandato. Na avaliação exposta pela SECOM, um dos motivos apontados para a derrota é de rompimento com a militância digital após as eleições de 2014 (O Estado De S. Paulo, 2015. p. 1): "A partir de novembro, as redes sociais pró-Dilma foram murchando até serem quase extintas" (p.2). A ausência de agendas públicas da presidenta e a fala para "si mesmo" também foram elementos destacados. A perda da militância acionada no período das eleições mostra uma perda de espaço que acirra ainda mais o caso mais central da falta de diálogo com o público geral. A "traição" é retratada por Traumann em recortes de frases das redes como "votamos nela e a política econômica é a do Aécio" e "ela mexeu nos direitos dos trabalhadores". No caso da agenda pública, a falta de presença pública de Dilma gera, de igual modo, um distanciamento das bases.

> É preciso que a PR [Presidenta da República] fale mais, explique, se exponha mais, seja nos quebra-queixos pós-evento, seja respondendo ouvintes da Voz do Brasil (20 milhões de ouvintes), seja com a mídia tradicional (TV aberta, de preferência), seja com a volta das entrevistas por Facebook. Não importa quantos panelaços eles façam. (O Estado De S. Paulo, 2015. p. 4)

O uso das redes por grupos insatisfeitos e opositores tem mais sucesso que o uso oficial pelo Governo. A fala para os grupos já próximos aos ideais do Governo, em muitas vezes, se repete nas postagens em rede. O Governo apanha na "batalha das redes" e as postagens contrárias "viralizam" muito mais que qualquer iniciativa oficial. Sendo as redes um espaço de disseminação de ideias, pode-se concordar com

Traumann que "pregar para os convertidos" apenas é um dos erros do Governo. A falta de presença nas redes é indicada em: "Não é uma goleada. É uma derrota por WO", (O Estado De S. Paulo, 2015. p.3) nas palavras de Traumann. Ou seja, não foi identificada reação para que se aponte uma derrota. O texto evidencia que não houve sequer uma verdadeira "entrada em campo".

****

O terceiro movimento trata da leitura dos usos e das apropriações por parte do Governo Federal em suas tentativas de resposta. Sem fazer a obrigatória ligação com a fala do ministro, este item refere-se à mobilização do Governo em tentar posicionar-se nos espaços conversacionais.

Uma das iniciativas é a criação, em 2015, do perfil Humaniza Redes[9], com o objetivo de ocupar o espaço das redes para fazer o enfrentamento às violações de Direitos Humanos que acontecem online, incluindo aí o combate ao discurso de ódio, disseminado em muitas das "revoltas" sociais em rede. Outra criação do período é o site Dialoga Brasil, aposta na discussão das políticas públicas com a sociedade. Com o site referido se manifesta o uso de *memes*, característico da presença nas redes sociais. A presença institucional nos espaços informais é sempre motivo de tensão e de demonstração de opções diante da burocracia própria do governamental. A experiência se utiliza da linguagem e discursividade conversacional das redes, com uso dos memes. Sobre a inclusão mais diversa na participação, o *Dialoga Brasil* mostra um amadurecimento, mas o contexto do período do site é mais tumultuado e sofre, com mais impacto, influências da polarização, da campanha pelo impeachment e aversão à administração Dilma Rousseff. É nas redes sociais, também, que se disseminam as principais críticas ao Governo e são mobilizados os protestos pró-impeachment.

A presença institucional nos espaços informais das redes sociais é sempre motivo de tensão e de demonstração de opções diante da burocracia própria do governamental. É nas redes sociais, também, que se disseminam as principais

9. http://www.humanizaredes.gov.br/

críticas ao Governo e são mobilizados os protestos pró-impeachment. Retomando o documento vazado da SECOM, no qual se afirma que "as forças políticas que elegeram Dilma são minoritárias nas redes sociais desde os movimentos de 2013" (O Estado De S. Paulo, 2015. p. 1). Ainda no ano de 2015, o programa partidário do PT ironia os panelaços em VT com a presença da Presidenta Dilma em que afirma que é o partido que "mais encheu as panelas dos brasileiros" de comida e de esperança



Figura 4: "Esse é o panelaço que gostamos de fazer pelo Brasil"
Fonte: Youtube[10].

Nesse sentido é que apesar das tentativas de resposta, o que mais se deslancha é o movimento contrário. Com a pressão ainda maior nos meses finais de 2015, o processo chega ao afastamento da Presidenta. Vale ressaltar que é nesse período de "queda-livre" que a presidenta retoma as entrevistas por Facebook na semana posterior ao afastamento. A nosso ver, o problema de timing impede uma combatividade nesse embate. O reposicionamento tardio, ou seja, as considerações dos indicativos de Traumann em um tempo já passado, levam a pouca efetividade. Sites como o Dialoga Brasil e Humaniza Redes se enfraquecem e a comunicação com as redes se apequenam apenas àquelas de apoio direto.

10. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=RU3PYVcelmc.

5 Considerações Finais

Como propósito de considerações finais sobre a perspectiva de planagem sobre os objetos, o que se aponta é que a dinâmica da internet e suas tecnologias oferece cada vez menos controle dos emissores tradicionais; ou seja, posicionar-se na rede é dispor-se a um menor controle de fluxos por parte dos Governos e atores políticos. Além dessa dinâmica, em muitas situações apontadas acima, o tempo de resposta demandado é o que mais está saliente. Nos casos apontados, o Governo está a reboque do fluxo comunicacional – mesmo que se ressalte o fato de as conjunturas estarem diretamente relacionadas com os casos.

A relação política e midiatização contempla experiências a partir de novos protocolos de interação para o exercício da democracia: o que vai desde as brechas oficiais nos espaços de poder (porosidade institucional) até o contato direto dos políticos com os cidadãos em ferramentas de redes sociais, sem a mediação tradicional e a partir de outras linguagens, num redesenho dos vínculos do campo político a partir da realidade midiatizada. Esses diferentes graus dessa implantação são visíveis nas observações já realizadas e tensionadas. E os níveis mais diretos de conversação demandam de aperfeiçoamento.

De fato, o contexto sociotécnico dos dois períodos de Governo Dilma é caracterizado por opção, em vários momentos, pelo uso da Internet e suas tecnologias, com a disseminação de acesso, e a consolidação das redes sociais digitais como próprias desse período e marcantes do período de midiatização da sociedade[11]. O espaço das redes sociais que passa a ser ocupado pelo Governo Federal é grande local de disputas e polarizações. Pessoas estão envolvidas em espaços informais e o capital político se encontra mais disperso, o que dificulta o controle das situações. E mais: o tempo em

11. Obviamente, a disseminação na sociedade da internet, com o acesso à banda larga e ao acesso ao seu formato em dispositivos móveis (3G 3 4G), acaba por ser geradora de uma demanda maior para o uso desses canais pelos Governos.

que as respostas são exigidas nos espaços digitais é sempre mais rápido que a proposta de respostas por parte das estruturas governamentais.

Retomando o documento vazado da SECOM, no qual se afirma que "as forças políticas que elegeram Dilma são minoritárias nas redes sociais desde os movimentos de 2013" (O ESTADO DE S. PAULO, 2015. p. 1). O uso das redes por grupos insatisfeitos e opositores tem mais sucesso que o uso oficial pelo Governo. A fala para os grupos já próximos aos ideias do Governo, em muitas vezes, se repete nas postagens em rede.

Há outra virada durante o período que é a resposta mais dura às críticas, em que o Governo, a nosso ver, entende que não conseguirá abrir o diálogo com "todos os cidadãos" e ironiza alguns discursos, como no caso da crítica aos panelaços no horário partidário do Partido dos Trabalhadores, em agosto de 2015. Nesse período, uma crise sintomática é a divulgação de um documento interno da Secretaria de Comunicação em que são relatadas críticas ao posicionamento comunicacional da Presidência da República nas redes sociais, nos discursos e no diálogo com a Sociedade. Há uma sensação de "não falo pra vocês". Os segmentos são, cada vez, menos universais. No mesmo sentido e num estágio mais final da materialidade selecionada, os dispositivos e discursos são direcionados ao uso enquanto meios de luta política. Manifestações, postagens e uso das redes sociais governamentais agregadas aos dispositivos disseminam discursos contra o que é chamada de golpe. A polarização acirra-se ainda mais e o diálogo em rede aparenta-se mais dificultado, devido à falta de abertura para um discurso contrário, a disseminação de notícias falsas e à disputa prós e contras quase clubística nas redes sociais.

No caso do Dialoga Brasil, são utilizadas as redes sociais e as ferramentas informais já existentes, como memes e humor em postagens. Para envolver mais público, a nosso ver, a iniciativa, se comparada às demais, abre mão da densidade nas consultas e procura tornar mais acessíveis os conteúdos. O objeto se justifica pelo enfoque inicial de interesse da pesquisa, ou seja, uma iniciativa participativa-comunicacional do Governo Federal, e incrementa aspectos de

interação, conversação em rede e estratégias de chamada de atenção de público.

O que se vê é que o Governo tem proposição de agenda definida, a partir de aspectos de configuração político-partidária. A agenda é enquadrada e pasteurizada, em níveis mais densos ou mais suaves, mesmo no uso das redes sociais. Os atores sociais têm respostas menos padronizadas e mais dispersas, incluem uma diversidade com a qual o Governo parece não conseguir tratar. E é desse modo que as iniciativas, apesar de alguns aspectos de mudança e do ingresso nas redes informais, precisam se desgrudar de algumas características institucionais embalsamadoras para, verdadeiramente, ocuparem um lugar específico, sustentado pela esfera comunicacional, pois a articulação de sentidos de produção e recepção se dá em compartilhamentos não automáticos, mas em elaborações. O aperfeiçoamento do posicionamento governamental nesses espaços, ao que se seguem, portanto, inferências sobre o funcionamento das estratégias de fomento de participação do Governo Federal.

O Governo ainda não realizou o câmbio da perspectiva da internet de navegação (baseada em sites) para a internet de conversação (baseada nos dispositivos móveis). Falta desenvoltura aos governos no processo de compartilhamento da discursividade da internet. Um nicho produtivo próprio das redes sociais e que passa a ser incorporado pelo Governo, mas a operacionalização disso ainda é falha. Outro indício dessa fragilidade é a forma como o Governo falha na disposição para se apresentar como receptor das informações, ou seja, de estar “do outro lado” do funcionamento do processo comunicacional. O modo conversacional da internet exige, além da disposição institucional, mudanças no modo de operacionalizar a comunicação participativa, ou seja, o aprimoramento funcional dos representantes políticos e dos técnicos da administração pública.

De forma a realizar constatações mais amplas, indicam-se diversas características: mudanças na política por meio da comunicação, como a personificação do contato entre esfera política e cidadão nas redes sociais digitais; as influências dos formatos midiáticos interacionais na política;

os novos vínculos entre representantes e representados; e a dinamização dos fluxos a partir dos processos digitais. Essas são hipóteses heurísticas que apontam para perguntas próprias. São indícios de que as práticas das tecnologias da informação e da comunicação traspassam o campo político e são encaminhamentos para pesquisas posteriores. O ritmo de interação próprio das redes da internet é mais disperso em comparação com qualquer broadcasting planejado por marqueteiros profissionais. As inferências iniciais já apontam, mas a análise mais apurada é que pode esclarecer: a dinâmica da internet e suas tecnologias oferecem, cada vez, menos controle dos emissores tradicionais; ou seja, posicionar-se na rede é dispor-se a um menor controle de fluxos por parte dos Governos e atores políticos.

Referências

BARBERO, J.M. *Razón Técnica Y Razón Política: Espacios/ Tiempos no pensados.* Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación Ano1, Vol.1, São Paulo: ALAIC, 2004, p. 22-37

BRAGA, J. L. Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação. *Revista Contracampo*, **vol. 10/11**, fascículo 2004/2, p. 219-235, Niterói: UFF, 2004.

CARLÓN, M; FAUSTO NETO, A. *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

CASTELLS, M. *A galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.* Rio de Janeiro:Zahar, 2004.

CINGOLANI, G. A midiatização da figura presidencial: espaços, estratégias e transições. In: A. FAUSTO NETO *et al. Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências.* São Caetano do Sul: Difusão, 2012.p. 53-67.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. *Revista Matrizes*, n.2, abr. 2008. p. 89-105.

FAUSTO NETO, A *et al*. (Orgs). *Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*. São Caetano do Sul: Difusão, 2012.

FAUSTO NETO, A; VERÓN, E. (Orgs). RUBIM, A.A. *Lula presidente. Televisão e política na campanha eleitoral, de Antonio.* Hacker; São Leopoldo: Unisinos, 2003. 174p.

GOMES, W. *A política na timeline. Crônicas de comunicação e política em redes sociais digitais*. Salvador: Edufba, 2014.

HJARVARD, S. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

MARQUES, F.J.P. *Ciberpolítica: conceitos e experiências*. Salvador: Editora da UFBA, 2016.

O ESTADO DE S. PAULO. *Veja a* íntegra *do documento da Secom que aponta os erros do governo*, 2015. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/0B7o7oCE5mYbIanZsYjN3eXg5MWs> Acesso em 06 nov. 2016.

SLIMOVICH, A. El Facebook de los gobernantes. El Caso de Cristina Fernandes Kirchner y de Mauricio Macri. *In*: M. CARLÓN; A. FAUSTO NETO (orgs). *Las Políticas de los internautas: nuevas formas de participación.* ed. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 137-154.

SOUSA, M.I. A percepção de participação política para o Governo Federal na Ocasião do lançamento do site 'Dialoga Brasil': Análise dos materiais comunicacionais. *In:* 7º Seminário Nacional Sociologia & Política, *Anais...* Curitiba: UFPR, 2016

VERÓN, E. Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones. *In: Revista deSignis*, n.2. Barcelona: Gedisa, 2002. p. 367-377.3