Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Democracia Midiatizada: dilemas e contradições do fazer político na sociedade contemporânea

Mediatized Democracy: dilemmas and contradictions of political processes in contemporary society

Kárita Emanuelle Ribeiro Sena
Alana Nogueira Volpato
Caroline Kraus Luvizotto

Palavras-chave: Democracia; Midiatização; Política; Sociedade; Tecnologias Digitais.

1 Introdução

A partir de uma discussão teórica, pretendemos neste artigo levantar dilemas e contradições do fazer político e os impactos para a democracia na sociedade contemporânea, com uma abordagem relacionada à Midiatização. Debatemos a esfera pública midiatizada; a midiatização da política, desde uma concepção dos mass media, até alcançar o que tratamos como a Democracia Midiatizada e os contornos atuais do fazer político ante as lógicas que vêm sendo adotadas pautadas nas tecnologias digitais. O objetivo é contribuir com a compreensão de fenômenos que impactam os processos interacionais sociais e políticos desde as eleições de Donald Trump em 2016 e traçar possíveis impactos que isso tem gerado para o tecido democrático.

Uma realidade de aceleração imposta pelos novos tempos, com novas espacialidades e novas temporalidades que afetam e forjam modos de agir e comunicar,

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

o século XXI é cena de transformações graves que afetam os modos de sociabilidade humana empreendendo, conforme nosso entendimento, a constituição de um novo espaço público midiatizado, em um contexto de hiperconexão e digitalização.

Pleitos eleitorais e plebiscitos, debates, críticas e comentários sobre a vida pública, mobilizações sociais, reclamações de serviços públicos e privados, controle de gastos públicos e projetos de incentivo a práticas democráticas e cidadãs transmutaram em formato, alcance e visibilidade com a digitalização da vida e a midiatização da sociedade.

O processo de midiatização da sociedade contemporânea pode dizer muitas coisas, mas uma delas e que mais cabe ao interesse deste trabalho é que a comunicação, e mais especificamente, os media ocupam um espaço de centralidade nos processos sociais. Alinhada a essa constatação, novas lógicas sociais vão sendo criadas e estabelecidas a partir dessa relação difusa e interdependente entre sociedade, mídia e tecnologia.

Em uma perspectiva institucional do processo, Hjarvard (2014) entende que a midiatização se refere às transformações estruturais na relação entre a mídia, que alcance o status de instituição autônoma enquanto passa a ser acionada, também, por outras instituições, estabelecendo uma relação de interdependência, que intersecciona mídia, cultura e sociedade.

Braga (2018), por sua vez, entende que embora a midiatização compreenda o atravessamento de lógicas de mídia nos diversos campos sociais, o processo não se limita a isso, possuindo também lógicas próprias e incorporando experiências tentativas e experimentais dos participantes das interações sociais, já que a sociedade passa a desenvolver processos midiáticos próprios, adequados a atividades de seu próprio interesse, incidindo também sobre as lógicas das instituições midiáticas e invertendo a direção do processo.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Compreendendo que os dois fenômenos coexistem atualmente na sociedade - tanto os media enquanto instituição atravessando todos os campos sociais exercendo tensões por meio de suas lógicas, quanto a sociedade se apropriando de recursos de mídia e tecnologia para tentar e propor novas lógicas - configuram-se ambos como faces do processo de midiatização. Isso permite-nos, então, enxergar uma esfera pública atual como uma esfera pública midiatizada.

Os processos de midiatização contemporânea, marcados pelas características e lógicas dos meios de massa e pelas tecnologias digitais, criam circuitos de comunicação que atravessam os campos sociais, gerando uma série de constrangimentos, oportunidades e situações indefinidas, para as quais a sociedade ainda não encontrou respostas bem estabelecidas, que têm interferido - contribuído e prejudicado, em graus diversos – para a consolidação de democracias pelo mundo todo.

2 A Midiatização da Política – entre os mass mídia e as tecnologias digitais

Recorremos à midiatização da política para demonstrar como esse campo social vem sendo permeado por lógicas de mídia. Analisando casos de políticos utilizando mídias no Brasil, na Inglaterra e na Itália, Mazzoleni e Schulz (1999, p. 249, tradução nossa) explicam que a política "tornou-se dependente, em suas funções centrais, dos meios de comunicação de massa e é constantemente moldada pelas interações com eles". Couldry (2012) comenta que, se é possível perceber uma lógica da mídia agindo sobre outras instituições, o campo da política é onde essa relação é mais visível, desde os processos de deliberação pública ao funcionamento diário das instituições políticas.

Se, a princípio, os autores da área referiam-se sobretudo às transformações decorrentes da influência dos meios de comunicação de massa, compreendemos que a

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

ampliação das possibilidades de interação promovida pelas tecnologias e mídias digitais levam a uma complexificação desse processo.

Para Strömback (2008), a busca pela atenção pública, que passa pela mídia, é passível de gerenciamento. A possibilidade de administração de recursos para negociar espaços midiáticos e suas lógicas subjacentes passa a exigir atenção constante dos atores políticos. É preciso considerar que, embora seja orientada por lógicas profissionais como o critério de noticiabilidade, a mídia também é orientada por lógicas do mercado.

Ferreira (2019, p. 158) destaca que, embora operem de forma distinta na perspectiva da midiatização, mídias digitais e meios de comunicação de massa são, ambos, massivos e industriais. Produção e consumo dos processos midiáticos continuam, em boa parte, sendo orientados por mercados da economia, da política ou de outras instituições.

Dessa forma, entendemos que as diferentes mídias estabelecem relações com a política de acordo com suas próprias lógicas. Pretendemos discutir alguns contornos da democracia no contexto das interações midiatizadas focando, especificamente, nas lógicas neoliberais que atravessam o ambiente das mídias digitais.

3 A Democracia Midiatizada: dilemas e contradições

A Democracia na perspectiva deliberativa é um sistema pautado na participação que deve envolver os atores atingidos pelas decisões a serem tomadas. Porém, a realidade vem mostrando que o que chamamos de práticas democráticas resumem-se cada vez mais a participações em pleitos eleitorais, que vêm conferir legitimidade à competência de especialistas da gestão dos assuntos comuns.

Ranciére (2014) questiona se o termo democracia ainda convém aos regimes contemporâneos já que o que se tem no presente é um movimento de involução, em que

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

os estados que se denominam democráticos são oligarquias que implicam na rejeição ao poder do povo. Dardot e Laval (2016) identificam a racionalidade neoliberal regendo o espaço público contemporâneo, tendo na sua norma fundamental a competição "mortífera", a modelar a vida social, "introjetada na subjetividade dos indivíduos pelo capital e seu mercado".

Com grande otimismo no final dos anos 1990, a segunda década do milênio tem registrado rechaços ingentes à tecnologia em rede na sua faceta capaz de incrementar práticas cidadãs. Um acentuado uso extrativo dos dados pessoais para incentivo ao consumo por parte de grandes empresas transnacionais tem roubado a cena de boa parte das discussões, já que muito do debate público atual se constrói a partir de plataformas privadas. Novos oligopólios tecnológicos e midiáticos globais permanecem à par de regulações específicas, com parcas exceções, muito por conta de limitações geográficas que não acompanham os âmbitos transnacionais em que essas empresas operam.

Formatos, técnicas e políticas comunicacionais têm sido adotadas em todo o mundo com alguns traços comuns, entre eles o fomento à comunicação direta via redes sociais e o apoio de muitas práticas na desinformação.

A realidade contemporânea mostra que a emergência de um espaço público midiatizado estabelece lógicas relacionais que têm sido apropriadas para enfraquecimento dos processos democráticos. Recursos da tecnologia digital são usados para acentuação de processos desinformativos e há a institucionalização de novos canais de informação, que buscam deslegitimar a grande mídia colocando-se não só como espaços alternativos, mas como ambientes oficiais para comunicação. O fazer político contemporâneo também não é mais o mesmo ante a própria democracia que está sendo midiatizada.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

4 Política e Midiatização na sociedade contemporânea – novos contornos ante as redes digitais

O espaço público atual é permeado por processos interacionais midiatizados, individuais e coletivos, da publicização da vida pública e privada, da algoritmização dos conteúdos, hierarquizados pela cultura do acesso e pela lógica do capital. É um espaço público da transparência, da cultura colaborativa e dos dados abertos, mas também da negociação de dados, da rentabilização com conteúdos criados por usuários e da vigilância contínua e cada vez mais irrestrita.

Na sociedade contemporânea, a esfera pública midiatizada fez reverberar até agora mais velhas práticas do que novas, com dilemas e contradições que ficam cada vez mais evidenciados.

Gradativamente, as tecnologias digitais assumiram maior papel na sociedade e, consequentemente, na vida política, e também foram sendo alteradas as perspectivas para encarar esse fenômeno. Das operações bancárias aos relacionamentos amorosos, do plebiscito às mobilizações de rua, a vida humana midiatizada foi sendo posicionada em sistemas numéricos cada vez mais complexos. As operações na rede foram sendo sedimentadas a partir de lógicas mercantis e extração de dados.

A eleição estadunidense que marca o modelo interacional vigente é a de Donald Trump, em 2016. Quando candidato, o Twitter se consolidou como principal veículo de comunicação com o seu público. Enquanto isso, emissoras convencionais se colocaram no dilema de repercutir ou não falas repletas de desinformação e discursos de ódio.

Os veículos optaram por amplificar os discursos do candidato outsider, debatendo e criticando exaustivamente as mensagens, que alcançaram câmaras de eco cada vez mais estreitas. O comércio de dados alcançou novas dimensões no fazer político e resultou em escândalos como o da Cambridge Analytica, nos Estados Unidos, com fortes impactos para o processo eleitoral e para a democracia. Uso de dados sem

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

autorização e conhecimento de eleitores para fins políticos formaram um modelo de atuação exportado para outros países que, só aos poucos, vai sendo esclarecido.

No caso brasileiro, a campanha presidencial bolsonarista de 2018 também privilegiou as redes sociais digitais, numa atuação que transcende o processo eleitoral e as denúncias de práticas de desinformação e automatização de mensagens com discursos de ódio tomam corpo a cada dia.

As lógicas tentativas próprias da Midiatização nos espaços digitais são subvertidas em favor de práticas de concentração de informações, de disseminação de notícias falsas e da intolerância. Recursos de inteligência artificial são usados numa lógica para desqualificar o debate público.

Tem-se atualmente uma consolidação no modelo de deslegitimação da grande mídia ao mesmo tempo em que se conquista espaço nela. Em um processo de retroalimentação, o discurso entre pares baseia-se justamente na crítica realizada pelos veículos tradicionais, encarados como grandes opositores do governo, e consolida a institucionalização de redes sociais como canais oficiais.

O fenômeno da Midiatização parece estar relacionado a novos capítulos na crise da Democracia Liberal, formatando uma Democracia Midiatizada cada vez menos democrática, tolerante e plural.

Referências

BRAGA, José Luiz. Instituições & Midiatização - um olhar comunicacional. In: FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula; FASTO NETO, Antonio; BRAGA, José Luiz; GOMES, Pedro Gilberto. (Org.). **Entre o que se diz e o que se pensa** - onde está a midiatização? 1ed. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2018, v. 1, p. 291-311.

COULDRY, Nick. **Media, Society, World:** Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge: Polity Press, 2012.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo:** ensaio sobre a sociedade neoliberal. Tradução: Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016. *E-book*.

FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. José Luiz Braga [et al.] (Orgs). 2. ed. São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 2019, p. 145-160.

HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, 2014, p. 21-44.

MAZZOLENI, Gianpietro; SCHULZ, Winfried. "Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?" **Political Communication**, v. 16, n. 3, 1999, p. 247–61.

RANCIÉRE, J. **Ainda se pode falar de democracia?** Trad. V. Brito, ed. J. F. Figueira e V. Silva.1ª ed. KKYM, 2014. *E-book*.

STRÖMBACK, Jesper. Four phases of Mediatization: na analysis of the mediatization of politics. **Press/Politics**, v. 13, n. 3, 2008, p. 228-246.