Crise d'água em São Paulo: mediações protagonizadas pela sociedade civil não organizada no Facebook

Jane Marcia Mazzarino
Marina Antunes Martini
Rodrigo Marques Muller
Centro Universitário Univates

Palavras-chave: mediações; Sociedade civil não organizada; Comunicação virtual; Crise da água; Estudo quanti-qualitativo.

RESUMO EXPANDIDO

A crise hídrica paulista foi tema recorrente nas mídias tradicionais e nas redes sociais entre 2013 e 2015. A comunidade "A Crise da Água em São Paulo" surge no *Facebook*, tendo como característica a crítica ao tratamento dado a este acontecimento por diferentes atores sociais. Trata-se de um espaço livre das restrições para publicação impostas pelas mídias tradicionais (seleção de fontes e de pautas e os constrangimentos decorrentes da edição das mensagens, por exemplo). Neste sentido, busca-se compreender quais usos sociais a sociedade civil não organizada institucionalmente faz deste espaço aberto, quando se pronuncia e protagoniza um processo de mediações em relação ao problema ambiental hídrico vivido em São Paulo.

A ciberespaço aparece como um território onde se dão as mediações pesquisadas. Trata-se de um espaço global e amplo, um lugar flexível, interativo, com fontes plurais e acessível a trocas permeadas por processos simbólicos e de construção de sentido. Portanto, pensar e pesquisar a comunicação em uma sociedade midiatizada e em rede é algo complexo e envolve múltiplas interações (CASTELLS, 2010; CARDOSO, 2007; MUSSO, 2004; MORAES, 2006).

Por meio da pesquisas bibliográfica e documental, com abordagem quanti-qualitativa, analisaram-se as publicações da comunidade A Crise da Água em São Paulo, no Facebook, realizadas ao longo de todo ano de 2014, contemplando-se três categorias: perfil da comunidade (perfil dos membros, frequência e autores das postagens, membros mais ativos), agendamento (temas e fontes das postagens) e engajamento (curtidas, comentários, críticas, conflitos). Estas categorias compõem a macrocategoria mediações,decorrente das interações deste grupo social.

Entende-se que internautas emitindo opiniões e produzindo informações medeiam discursos sociais provenientes de suas interações com outros e com as mídias que

acessam. Desse modo, são ativos nos processos de comunicação e participação social. Esses processos possibilitam o fortalecimento do corpo social (MASSIMO; TORRES, YANAZE, 2012).

Segundo Martin-Barbero (2006), a comunicação hoje se coloca como lugar de duas oportunidades: a de digitalização, que traz consigo uma linguagem comum de dados, sons, textos e imagens; e de ser um novo espaço público de cidadania e participação. Os novos dispositivos criam novas formas de relacionamento, de comunicar e de participar, um novo território com seus próprios processos simbólicos e de interação.

Mudam e aparecem desenhos de sociabilidades híbridos, empoderamentos e relacionamentos. As mídias na sociedade em rede criam novos territórios fluidos de debate e discussão, um lugar móvel, influenciado socialmente, mas não controlando absolutamente. No caso das redes sociais, observa-se que oportunizam conhecimento, informação e participação para internautas e instituições (CASTELLS, 2010; CARDOSO, 2007).

Os modos de apropriação das mídias organizam grande parte das relações na sociedade em rede, os papéis sociais, trocas de informação, formas de entretenimento, de ação e de organização, designando interdependências e interinfluências diversas (CARDOSO, 2007). Portanto, não se pode pensar isoladamente uma mídia, já que elas interagem e formando redes.

Além disso, há múltiplas mediações nos processos de comunicação: tecnológicas, situacionais, decorrentes da experiência, da formação, do contexto sócio-histórico, etc. Nesse complexo jogo, a cultura se constrói assim como as mediações são também engendradas por meio de processos culturais. As mediações caracterizam-se pela sua multiplicidade e seus cruzamentos, afetando modos de ser individuais e coletivos. São filtros pelos quais os sentidos passam em um processo de construção/reconstrução contínua de sentidos, criando um pano de fundo em que se dão as trocas culturais cotidianas. A cultura cotidiana se concretiza por meio das mediações, que requerem negociação de sentidos entre emissores/receptores e receptores/emissores do processo comunicacional. Assim, aspectos relativos à comunicação, à política e à cultura, retroalimentam-se e transformam-se através das mediações (BASTOS, 2008; WOTTRICH, SILVA, RONSINI, 2009; MARTÍN-BARBERO, 1997; ESTEVES, 2003).

Deste modo, as mediações colocam-se como processos simbólicos estruturantes, e não apenas como extensão dos meios. Elas provêm de diversas fontes e incidem nas trocas comunicacionais, afetando os diferentes atores sociais (MARTIN-BARBERO,

2006). Busca-se analisá-las em suas especificidades, quando o ambiente em que acontecem é uma comunidade do Facebook que tem adesão crescente. Em agosto de 2016 já tinha cerca de três mil membros, inseridos nas áreas ambiental e da educação, filósofos, psicólogos, e outros, os quais evidenciam uma formação técnica e ou acadêmica.

As análises evidenciam que a crise da água em São Paulo não foi o único tema elencado pela comunidade em suas postagens. Conflitos relacionados a partidos políticos, disputas partidárias, críticas voltadas para a mídia, população e governo, sugestões e propostas para superação da crise e posts com cunho mais espiritual, motivacional ou pessoais, não vinculados diretamente à crise hídrica, também foram temas em circulação na comunidade. Em pequena escala, apareceram postagens relacionadas a manifestações e organização de eventos/mobilizações/protestos.

O grupo criticou fortemente as grandes mídias, porém o maior volume das postagens tinha links e não raras vezes dessas mesmas mídias. Observou-se uma diversidade de fontes, entre elas verificou-se que os próprios membros produzem informação, mas também repassam de portais e sites relacionados à sociedade civil organizada e não organizada. O número de postagens que possuíam links chegou a 75%, demonstrando interação com diferentes mídias e agentes comunicativos, que constituem a rede de agendamento da comunidade.

Percebeu-se que a participação na rede não ocorre de maneira horizontal, depende do dia, e horário e da própria significação que determinado usuário da rede social dá à postagem. O número de postagens que gerou debates foi de 8%. Portanto, não há muitos conflitos, o que sugere que haja uma concordância de opiniões na maior parte das postagens, ou então a não visualização ou, ainda, a não midiatização da ressignificação.

A análise da comunidade assinala que mesmo com a oportunidade de ser o próprio usuário produtor de notícia, ainda é predominantemente agendada pelas mídias tradicionais. Os debates voltam-se muito mais para críticas do que para propostas de soluções. A organização de mobilizações não ocorre facilmente e grande parte das postagens refere-se ao acompanhamento da crise.

Referências

BASTOS, Marco Toledo de Assis. **Do sentido da mediação: às margens do pensamento de Jesús Martín-Barbero.** Revista FAMECOS, n°35. Porto Alegre, 2008.

Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4096/3097>. Acesso em: 23 mar. De 2015.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias.** 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CASTELLS, M. **Comunicacion y poder.** Madrid: Alianza Editorial, 2010.

DI FELICE, Massimo; TORRES, Julliana C.; YANAZE, Leandro K. H. Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação. São Paulo: Annablume, 2012

ESTEVES, J. P. . **Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social.** São Leopoldo: Unisinos, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesús**. Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Sociedade Midiatizada**.** In MORAES, Dênis de (Org.). **Tecnicidades, identidades, alteridades:** mudanças e opacidades da comunicação no novo século. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORAES, Dênis de. Sociedade Midiatizada**.** In MORAES, Dênis de (Org.). **A tirania do fugaz:** mercantilização cultural e saturação midiática. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MUSSO, Pierre. Sociedade Midiatizada**.** In MORAES, Dênis de (Org.). **Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica.** 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

WOTTRICH,Laura Hastenpflug. SILVA, Renata Córdova da. RONSINI, 3 Veneza V. Mayora. **A Perspectiva das Mediações de Jesús Martín-Barbero no Estudo de Recepção da Telenovela. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.** XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação –Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1712-1.pdf>. Acesso no dia 12 de março de 2015.