



As transformações da mediação e o poder do cidadão: o caso da hashtag “#dilmafactsbyfolha”¹

*Nina Fernandes dos Santos*²

Resumo: O artigo pretende analisar o caso do uso da hashtag #dilmafactsbyfolha pelos usuários do Twitter a partir da perspectiva das transformações da mediação no ambiente online. Essa ação de uso da hashtag se deu durante a campanha política de 2010, como uma forma de protesto contra o posicionamento do jornal Folha de São Paulo, visto por alguns usuários como calunioso com a candidata Dilma Rouseff. Neste artigo, pretendemos partir da noção de mediação, e da observação das transformações que ela sofre com o ambiente online, para analisar a relação disso com o poder do cidadão em um contexto democrático.

Palavras-Chave: eleições, internet, empoderamento.

O ambiente online traz uma série de reconfigurações aos processos de comunicação. Desde a comunicação instantânea até as ferramentas de auto-publicação, muitas são as possibilidades que a comunicação passa a ter no mundo online. No campo da comunicação e política, a internet traz uma miríade de novas questões que passam pela possibilidade de aumento da participação e do engajamento cívico, da comunicação direta entre Estado e cidadãos e da governança eletrônica através de eleições e plebiscitos via rede.

Neste artigo, pretendemos partir da noção de mediação, e da observação das transformações que ela sofre com o ambiente online, para analisar a relação disso com o poder do cidadão em um contexto democrático. Se no ambiente offline podemos identificar o papel central dos

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho de Mídia e Eleições do IV Encontro da Compolítica, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia - UFBA e pesquisadora do Centro de Estudos Avançados em Democracia Digital e Governo Eletrônico (CEADD-UFBA). ninocasan@gmail.com

meios de comunicação de massa como mediadores – mesmo que não possamos tratar essa categoria de forma homogênea -, no ambiente online essa situação se torna mais complexa, com a inserção de novos mediadores e a convivência dessas mediações em um mesmo ambiente. A disponibilização de conteúdos provenientes de mediações diversas, a coexistência de mediações profissionais e não-profissionais e como esse contexto leva a um evidenciamento da mediação são algumas das questões que exemplificam a complexificação dos processos de mediação.

O que nos interessa, no entanto, não é compreender o processo de mediação em si, mas buscar estabelecer as relações entre as transformações sofridas por esse processo e o poder do cidadão dentro de um contexto democrático.

É importante ressaltar que reconhecemos a importância dos meios de massa e, especificamente, do jornalismo para a democracia. Consideramos a existência desse campo profissional extremamente relevante no sentido de organizar fluxos de informação que circulam socialmente além de vigiar e denunciar ações do sistema político. O que pretendemos aqui é averiguar as modificações que os processos de mediação (sejam deles profissionais ou não) sofrem no ambiente online, e como isso impacta a dinâmica democrática e não desqualificar um tipo de mediação em detrimento de outro.

Portanto, não se trata de um estudo a partir da perspectiva dos meios de comunicação, de como muda seu papel social ou de como lidar com as outras mediações que passam a coexistir, mas sim a partir da perspectiva da democracia, da importância do poder do cidadão como influenciador da decisão política e de como esse poder se modifica a partir dessa nova configuração das mediações. Por outro lado, vale ressaltar também que não se pretende aqui tratar do conceito de mediação com uma acepção negativa, como se a sua existência fosse um malefício à democracia. Pelo contrário, acreditamos que a mediação dos meios de comunicação tem um importante papel social dentro da democracia, de onde a importância de se buscar compreender a relação daquela mediação com outras mediações do ambiente online e como isso se relaciona com o poder do cidadão.

O processo de mediação

A percepção da realidade pelo homem é um processo mediado. Nunca se teve acesso à realidade que não fosse através de aparatos que permitissem uma interpretação do que se vê. Os cinco sentidos e o repertório cultural e linguístico são alguns desses intermediários que constroem a representação que fazemos do real. A realidade não está dada, é construída conjuntamente no momento da observação.

Independente de qualquer aparato tecnológico, a percepção da realidade é sempre mediada. Dessa forma, é importante ressaltar que não atribuímos aqui nenhuma valoração necessariamente negativa à mediação. Entendemos que a representação atua como parte indissociável e construtora da realidade, sem que haja necessária perda de ‘realidade’ em relação ao real (RUBIM, 2002). No entanto, interessa-nos aqui falar de um tipo específico de mediação³, aquela que “resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais [...] e que chamam atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas” (FAUSTO NETO, p.90, 2008).

Para Correia, a diminuição do poder da religião, da família e da escola enquanto mecanismos que asseguravam a regularidade nas dinâmicas sociais, deu espaço para que os media passassem a exercer esse controle.

As relações entre o indivíduo e a sociedade foram alvo de uma mediatização generalizada no decurso da qual a construção de imaginários, a formulação de normas e a consolidação de visões do mundo dependem cada vez mais da presença de órgãos de comunicação social. (CORREIA, p.1, 2002)

Esse processo de mediação industrial, que traz os meios de comunicação para o centro desse debate, começa no momento em que se torna cada vez mais difícil capturar todos os acontecimentos relevantes apenas com os cinco sentidos. O crescimento territorial e

³ O conceito de mediação já foi desenvolvido por diversos autores e assume uma miríade de possibilidades ao longo do seu desenvolvimento. Por falta de espaço não desenvolveremos aqui toda complexidade desse conceito, falaremos apenas daquela acepção que será usada no trabalho. Para aprofundar as discussões sobre esse conceito, ver Davallon, 2007.

populacional das sociedades torna muitos acontecimentos inacessíveis à presença física de todos os implicados por ele. A realidade significativa se expande para além do círculo existencial de cada um. Torna-se necessário que a informação circule na sociedade, e transmissão oral presencial parece já não ser mais suficiente e efetivo.

A realidade se estende para além daquilo que estou experimentando em primeira pessoa. O meu acesso a esta é então mediado por um grupo de narradores confiáveis que, por sua vez, experimentam-na diretamente ou se apóiam em testemunhas que a experimentam em primeira pessoa. Nas sociedades contemporâneas, a produção e a certificação das narrativas por onde se experimentam os quadros do mundo neste momento, a chamada atualidade, é função do jornalismo. (GOMES, p.14-15, 2009)

A imprensa surge como uma forma de fazer essa informação circular. Começando com a imprensa de corte e passando pela imprensa de opinião burguesa e a imprensa de partido, a comunicação chega ao século XX como um campo social formado, profissionalizado e complexo, caracterizado pela indústria da informação. A formação dessa indústria se dá basicamente pela demanda por uma informação imparcial, objetiva e atualizada.

Esse campo se desenvolve e passa a ter um protagonismo social porque “a vida e dinâmicas dos diferentes campos são atravessadas, ou mediadas, pela tarefa organizadora tecno-simbólica de novas interações realizadas pelo campo das mídias” (FAUSTO NETO, p.90, 2008). O campo dos media passa ser um grande responsável por dar existência pública aos fatos, pessoas e instituições. A partir do momento em que a realidade já não está mais completamente ao alcance dos sentidos, a ação de tomar conhecimento de algo público passa a ser feita através dos media.

Podemos chamar de campo dos mídia um campo relativamente autônomo, organizado por instituições específicas, contendo uma ordem axiológica própria e um sistema de especialistas, com a função básica de produzir a mediação entre os demais campos sociais. (MAIA, p.3, 2002)

Dessa forma, os media passam a ter um papel central nas discussões públicas. Os cidadãos informam-se a partir dos media e pautam sua agenda de debates e opiniões a partir deles. Para

Maia (2008), os media têm um importante papel na pré-estruturação da esfera pública. Isso porque, apesar de não configurar-se por si só enquanto esfera pública, eles municiam os cidadãos com uma grande quantidade de informação, pré-requisito absolutamente essencial ao funcionamento de uma esfera pública democrática. E embora essa informação fornecida pelos media seja sempre uma determinada representação parcial da realidade, os usos que se pode fazer desses insumos são absolutamente diversos.

É indiscutível o importante papel que os media têm na sociedade atual. José Marques de Melo destaca como funções desempenhadas pela mídia o fornecimento de informações para discussões, a contribuição para as competências comunicativas e para qualidade dos argumentos formulados por cidadãos bem informados, bem como o provimento de tópicos em torno dos quais se estruturam esferas privadas e públicas de conversação cotidiana (MELO, 2007). Além disso, podemos dizer que os media, sobretudo através do jornalismo, muitas vezes dão visibilidade a uma informação que, de outro modo, poderia ficar desconhecida do grande público, em virtude da distância dos espectadores ou da ação de outros atores sociais no sentido de mantê-la oculta.

Em outras palavras, os media não criam a accountability, mas ajudam a adicionar esforços para criar uma sociedade mais vigilante e crítica. Ao se desenrolar na cena pública, a dinâmica de prestações de contas permite ao público julgar o desempenho dos representantes políticos e avaliar a efetividade das instituições que monitoram abusos e perpetram sanções aos transgressores. (MAIA, p.23, 2009)

Se, por um lado, os media expandem o acesso à informação, por outro eles também limitam esse acesso. Limitam no sentido de que o espaço de que se dispõe para a divulgação pública de informações não é ilimitado, o que exige que se faça uma seleção daquilo é publicamente exibido. Essa seleção, que é feita pelos próprios meios de comunicação, deixa de fora uma série de informações e acontecimentos que poderiam ser de interesse público, mas que, em comparação com outras notícias, acabam por ficar fora da página do jornal impresso ou da programação do jornal televisivo.

Como bem sabemos, os media não são meros canais neutros para outras fontes, mas, sim, organizações que controlam o acesso dos atores sociais aos seus canais e regulam os fluxos de comunicação. Os profissionais da mídia selecionam e editam eventos e discursos, enquadrando significados a partir da própria lógica e de seus modos operatórios (MAIA, p.7, 2009)

Além disso, todo material exibido pelos media precisa de uma adequação técnica, estética e, muitas vezes, linguística para que se torne inteligível ao público. “[...] o discurso mais competente (do campo político) para que seja entendido como competente, terá de ser submetido às modalidades de funcionamento, custos financeiros e a estética exclusivas da comunicação de massa.” (WEBER, p.4, 2004). A operacionalização do conteúdo a partir desses critérios influenciará também no destaque que ele poderá vir a ter.

Nesse sentido, a existência de outros mediadores da realidade, que se configurem como alternativas a processos de seleção e adequação dos grandes media, torna-se algo extremamente relevante para a democracia. Não se trata de uma desqualificação da informação provida pelos grandes media, mas do entendimento de suas limitações e da necessária pluralização dos atores da esfera de visibilidade pública. É preciso ter formas de difusão de informação que utilizem outros critérios para a seleção daquilo que merece ser informado – já que, independente do veículo, uma seleção terá sempre que ser feita -, critérios que não se baseiem apenas na lógica industrial da produção de informações.

Uma das formas de se fazer isso é dando aos atores sociais, que usualmente são receptores de informação, a possibilidade de editar um veículo de comunicação próprio. Falando especificamente da comunicação política, que é o que aqui nos interessa, é interessante observar que as instituições políticas - sejam elas partidos, políticos ou órgãos governamentais – ainda dependem em muito da visibilidade dada pelos grandes media e pouco têm de comunicação direta como cidadão.

Ao analisar a comunicação de órgãos políticos brasileiros, por exemplo, diversos estudos enfatizam a dependência que essas instituições têm dos media no que tange ao conhecimento público de suas atividades. “Um parlamento central distanciado dos eleitores só pode ser

conhecido pelas divulgações desses veículos, que levam aos cidadãos notícias sobre a atuação dos parlamentares e da instituição” (BARROS, p.10, 2006). Em um estudo sobre a comunicação de órgãos legislativos brasileiros, Renault ressalta que “a mídia é um dos poucos elos de ligação que resta ao eleitor. Ele torna-se cada vez mais dependente da informação mediada por uma mídia, que, como se sabe, opera a partir de um ponto de vista que nem sempre é público.” (p.12, 2003). A autora destaca ainda que embora instrumentos como o atendimento por telefone 0800 do Senado e o canal Senado existam, eles não conseguem efetivamente se consolidar como canais de comunicação direta com os cidadãos.

Diante da seleção de notícias feita pelos media e da dependência da comunicação política dos grandes media, torna-se necessário pensar alternativas a isso. Diferentemente de outros campos sociais, a política – dentro de uma democracia - depende diretamente da comunicação com os cidadãos, tanto no sentido de prestar contas do que está sendo feito quanto no sentido de construir uma imagem positiva que se reflita nos pleitos eleitorais.

O debate público está submetido à mediação de um instrumento movido pelo interesse privado, ao mesmo tempo em que não existem canais de comunicação permanentes entre o cidadão e as instituições criadas para a representação popular e a deliberação institucional. A sociedade brasileira teria ainda à frente o desafio de construir duas pontes para alcançar a democracia deliberativa. A primeira seria instituir mecanismos que estabelecessem livre fluxo de comunicação entre os cidadãos na esfera pública. A segunda ponte está relacionada à possibilidade de comunicação das instituições formais de poder com as múltiplas esferas públicas, permitindo interferências da sociedade nas tomadas de decisão. (RENAULT, p.13, 2003)

Nesse sentido, as novas tecnologias de informação e comunicação, sobretudo aquelas advindas do ambiente online, podem nos trazer importantes possibilidades. A facilidade na criação de veículos de comunicação próprios, como blogs, fóruns, perfis no Twitter, perfis no Orkut e a facilidade de acesso a essas fontes de informação – sem limites temporais ou espaciais tão rígidos – cria um novo tipo de relação comunicacional entre personalidades e instituições e os cidadãos. Agora, torna-se possível falar diretamente a um coletivo, prescindindo dos meios de comunicação de massa.

Se, em um determinado momento, o poder de mediar as informações estava crescentemente nas mãos dos grandes media, hoje podemos dizer que esse processo está se reconfigurando. É importante ressaltar que, apesar da pluralização dos atores na esfera de visibilidade pública, não podemos, de forma alguma, igualar o poder deles. Os meios de comunicação de massa continuam a ter uma importância central na construção dessa esfera, o que muda é que agora aumenta a disputa desse espaço com outras fontes de informação.

Falamos de ambiente online aqui considerando não apenas a ferramenta técnica que permite seu funcionamento, mas, sobretudo, os usos e apropriações que são feitos dela. O objeto técnico em si abre possibilidades múltiplas que apenas tornam-se efetivas a partir da apropriação que se faz delas. Portanto, quando citamos aqui “ambiente online” o fazemos para referenciar os processos comunicacionais que efetivamente acontecem nesse ambiente.

Uma primeira discussão presente nos estudos sobre mediação online trata do tema da deterioração da mediação social e política a partir do

desaparecimento do conjunto de assuntos através do qual as pessoas costumam interagir discursivamente em busca de soluções em torno de questões problemáticas. Nessa perspectiva, subsiste a idéia de que a internet promoveria um tipo de comunicação cada vez mais individualizada, o que teria por conseqüência a ruína das questões coletivas que formariam o substrato de edificação de espaço público. Em sentido oposto, outros levantaram a possibilidade de, ao invés de uma depreciação da esfera pública, um fortalecimento da mesma. Esse fortalecimento ocorreria a partir do momento que a internet possibilita que novos atores participem do debate público que, muitas vezes, fica prejudicado pela lógica da comunicação de massa de privilegiar as vozes oficiais ligadas ao centro do sistema político. (LYCARIÃO, p.7, 2009)

Adotamos aqui essa segunda perspectiva, a partir da qual acreditamos que o ambiente online pode trazer importantes contribuições para a ampliação de vozes, o questionamento de mediações tradicionais e o desenvolvimento democrático.

Outro tema recorrente nos debates sobre mediação no ambiente online é o da desintermediação. O surgimento da internet, e posteriormente da web 2.0, fez surgir uma série de estudos que apontam como grande possibilidade da comunicação online o processo de desintermediação, onde os atores sociais (governos, empresas, cidadãos) passam a poder se comunicar sem a mediação de instituições como os meios de comunicação de massa.

Acreditava-se que os intermediários e guardadores de portões, que tradicionalmente se põem entre a sociedade civil e o Estado (partidos políticos, burocracia, corporações, indústria da informação) e entre os diversos componentes da sociedade civil mesma (a comunicação de massa), podiam então ser finalmente evitados na era da comunicação em rede (Davis e Owen, 1998). (GOMES, p.6, 2007)

Gostaríamos, no entanto, de abordar essa questão a partir de outra perspectiva. Não nos parece correto usar aqui o termo desintermediação, pois entendemos que os meios de comunicação de massa não são os únicos capazes de realizar processos de mediação. Dessa forma, ressaltamos que um cidadão, ao publicar um blog e se comunicar diretamente com pessoas que apóiem ou critiquem suas publicações está também realizando um processo de mediação. O próprio processo de construção de websites com campos determinados para participação pode ser caracterizado como uma mediação. Acreditamos, portanto, que o que o ambiente online possibilita, ao invés da desintermediação da comunicação, é a convivência entre uma diversidade maior de mediações.

Não queremos aqui colocar a diversidade de mediações como um fato exclusivo do ambiente online, é certo que mediações de diversos tipos estão também presentes no ambiente offline. Entendemos, no entanto, que há características desse novo ambiente que modificam a relação de visibilidade e disseminação entre os vários tipos de mediação. Buscando responder sobre o porquê da singularidade da internet como área de estudos, O'Hara (2002) elenca cinco características que poderiam diferenciá-la.

A primeira seria a capacidade desse meio de dar poder de voz aos indivíduos, já que a censura torna-se um pouco mais complicada que em meios como a televisão ou o rádio.

Unlike broadcasting, which works within tight time limits and essentially shows its audiences other people discussing political issues, over the Internet it is possible to involve large numbers of users themselves in a more full expression and exchange of experiences and opinions on a given topic. It can be a medium for engaging more widely in, not just presenting and following, civic dialogue. ⁴ (BLUMLER & GUREVITCH, p.5, 2001)

Segundo, a internet seria capaz de disponibilizar uma quantidade colossal de informação, como nunca antes visto. Terceiro, no ambiente online é possível direcionar o conteúdo para pequenos grupos de interesse, evitando mensagens amplas e genéricas. A quarta característica diz respeito à capacidade da rede de disseminar informações mais rapidamente e, a partir dela, fazer com as pessoas se unam e se organizem em torno de uma causa ou assunto. O autor ressalta ainda que muitas das questões levantadas sobre a internet já são antigas conhecidas da filosofia, mas que ganham novas perspectivas a partir da tecnologia.

O ambiente online complexifica de forma considerável as dinâmicas de mediação. “It’s not just a change in how we compute or communicate. Rather, it is a potentially radical shift in who is in control – of information, experience, and resources” (SHAPIRO, p.xi, 1999)ⁱ. A internet possibilita que as diversas mediações – muitas delas já pré-existentes em ambientes offline – convivam e disputem por visibilidade de forma mais direta. Nesse contexto, torna-se possível não apenas ter acesso a diversas mediações, como compará-las de forma muito mais fácil (dado que os dados estão disponíveis online). Essa possibilidade de comparação, além de evidenciar a existência do processo de mediação, acaba por gerar críticas e questionamentos à forma como determinadas mediações são feitas.

Diante da constatação de que os processos de mediação no ambiente online se complexificam, tentaremos apontar algumas questões centrais desse processo. Um primeiro ponto que gostaríamos de ressaltar como exemplo da reconfiguração da mediação no

⁴ Contrariamente à radiodifusão, que funciona dentro de prazos apertados e, essencialmente, mostra a suas audiências outras pessoas discutindo questões políticas, através da Internet é possível envolver um grande número de usuários em uma expressão mais completa e na troca de experiências e opiniões sobre um determinado tópico. Ela pode ser um meio para se engajar de forma mais ampla, não apenas apresentando e seguindo, no diálogo cívico. (Tradução livre.)

ambiente online é o que podemos chamar de “diversidade das mediações”. O que nos chama atenção aqui é a possibilidade de que essa diversidade de mediações - presente e potencializada pelo ambiente online - traga com ela uma pluralidade de discursos sobre o mesmo fato. Se antes o filtro dos grandes media monopolizava a entrada para a esfera de visibilidade pública, agora filtros diversos, de atores diversos passam a ser aplicados sobre a realidade e a resultar em conteúdos publicamente acessíveis. Mesmo considerando a discrepante cota de visibilidade que cada um desses conteúdos pode atingir, acreditamos que o fato em si da pluralização das mediações (publicamente disponíveis e amplamente acessíveis) pode ser considerado uma mudança, mas é necessário averiguar em que medida isso modifica o foco da atenção pública. É preciso, portanto, averiguar como esse processo de fato ocorre e qual o real nível de reconfiguração apresentado por ele.

Um segundo ponto que ressaltaríamos como exemplo das reconfigurações dos processos de mediação, que é bastante próximo a esse primeiro, é o da convivência de mediações profissionais e não-profissionais. Dentro dessa diversidade de mediações que passam a conviver e disputar espaço no ambiente online podemos identificar claramente dois campos. Aquele dos mediadores profissionais, jornalistas, autorizados socialmente a produzir notícias, ou seja, interpretações da realidade, e aquele dos não-profissionais, cidadãos quaisquer que escrevem sobre temas que lhes convêm sem maiores compromissos profissionais, sociais ou éticos. A diferença aqui em relação ao ambiente offline, mais uma vez, não é a existência das mediações não-profissionais, que sempre existiram socialmente, mas sua pública e constante disponibilização e a possibilidade de disseminação que esses conteúdos passam a ter. Vale ainda ressaltar uma nuance possível no campo dos profissionais: a diferença entre jornalistas vinculados a meios de comunicação e aqueles que publicam seus conteúdos de forma independente. Não queremos aqui estabelecer uma relação valorativa entre esses dois tipos de mediação, mas sim compreender a importância social que cada uma delas pode ter e que tipo de consequência pode ser gerada a partir de uma convivência tão próxima entre elas.

Um terceiro ponto que gostaríamos de ressaltar é o que chamamos de “explicitação da mediação”. Esse seria o processo em que a mediação se torna mais visível, mais identificável, menos naturalizada. Acreditamos que o convívio dessa pluralidade de mediações e,

sobretudo, a confrontação dos conteúdos provenientes de cada uma delas contribui para tornar mais evidente o processo de mediação em si. Se antes os meios de comunicação de massa quase monopolizavam o mercado de mediações amplamente disponíveis, o que acabava por, muitas vezes, tornar o processo de mediação naturalizado, agora os cidadãos têm acesso facilitado a uma pluralidade de mediações o que torna esse processo muito mais visível. Além disso, ao tornar-se mediador, o cidadão tem um contato mais direto com os mecanismos da mediação o que possibilita uma compreensão muito maior deles.

O que nos parece importante aqui é perceber não apenas os diversos conteúdos que passam a conviver online e suas diferentes características e status, mas também como o contato e a inserção nesse complexo ambiente de mediação reconfigura nossa forma de pensar e lidar com as mediações tradicionais. Essa nova configuração dos fluxos comunicacionais sem dúvida complexifica o próprio processo de mediação, já que se torna possível ao consumidor de informação – de representações da realidade – selecionar não apenas o tipo de informação a consumir, mas também o tipo de mediação que lhe é mais adequado para certo tema, além de ter a possibilidade de produzir seu próprio conteúdo.

Para Maia (2002), é possível identificar três funções políticas do sistema midiático. A primeira se refere à capacidade dos media de publicizar, dar visibilidade a informações de interesse público – definido por Gomes (2009) como “o direito que o público tem de saber determinadas coisas do seu próprio interesse” -, funcionando como órgão de vigilância. A segunda se refere à possibilidade de os media incentivarem ou até abrirem espaços para a discussão pública generalizada, um fórum para o debate pluralista. E, por fim, haveria ainda a possibilidade da mobilização para a participação cívica na política.

Em complementação às ideias de Maia, Gomes (2010a), em palestra no IV Abrapcorp, propõe três tipos de iniciativas de comunicação que contribuem para a democracia. Seriam elas: as que fortalecem a capacidade concorrencial da cidadania ao aumentar o poder do cidadão de influir na decisão política; as que consolidam e reforçam uma sociedade de direitos; as que promovem o aumento dos agentes e agências de decisão política.

Apesar de todas essas dimensões de interface entre comunicação e política serem importantes para dinâmicas democráticas e merecerem estudos aprofundados, nos deteremos aqui na afirmação de Gomes (2010a) sobre o fortalecimento da capacidade concorrencial do cidadão, o que, em outras palavras, podemos chamar de empoderamento dos cidadãos. É nesse ponto específico que acreditamos que as transformações da mediação na internet podem trazer grandes contribuições.

A inserção dos cidadãos nesse novo contexto online com diversidade de mediações, contraposições entre mediações profissionais e não-profissionais e a explicitação do próprio processo de mediação, possibilita uma visão diferenciada não apenas dos processos de mediação tradicionais, como dos processos de comunicação de forma mais ampla. A possibilidade de não apenas ter contato com conteúdos provenientes de diversas mediações como também de compará-las somada à possibilidade de auto-publicação, ou seja, de disponibilizar seu próprio conteúdo na *web*, coloca o cidadão em um lugar diferenciado daquele que tinha contato majoritariamente com os meios de massa, sem grandes possibilidades de participação no processo comunicacional ou de críticas a ele. Acreditamos que o contexto offline, com a forte presença dos meios de massa, acabava por naturalizar o processo de mediação, tornando-o invisível, situação que só vai ser modificada com a contraposição dessa mediação com outras, evidenciando a existência desse processo.

In considering the kinds of skills and competences involved in using a technical medium, it is important to distinguish between those required in order to encode information or symbolic content and those required in order to decode the message. [...] Most individuals who watch television programme, for example, are able to make some sense of the programme even though they may know relatively little about how the programme is produced.⁵ (THOMPSON, p.23, 1995)

⁵ Ao considerar os tipos de habilidades e competências envolvidas na utilização de um meio técnico, é importante distinguir entre aquelas necessárias para codificar a informação ou conteúdo simbólico e aquelas necessárias para decodificar a mensagem. [...] A maioria das pessoas que assistem a programas de televisão, por exemplo, são capazes de fazer algum sentido do programa, embora saibam muito pouco sobre como o programa é produzido. (Tradução livre.)

Se antes os cidadãos só tinham espaço para decodificar as mensagens dos media, agora eles assumem também o lugar de codificadores, o que faz não só com que eles percebam esse papel social, como compreendam seu funcionamento e se tornem mais aptos a criticar outras formas de mediação/codificação.

Technologies of the information and communication age have aided forces that favour a stronger influence by citizens in representative government and the activities we have witnessed and documented reveal that representative democracy is already in the process of being transformed.⁶ (SLATON & BECKER, p.11, 2000)

Portanto, interessa-nos aqui compreender como se configura o poder do cidadão no ambiente online a partir da perspectiva das transformações da mediação para perceber se essa mudança realmente se encaixa na categoria proposta por Gomes (2010a) de uma iniciativa de comunicação que empodera o cidadão.

O case da *hashtag* #dilmafactsbyfolha

Depois de compreender as linhas gerais das mudanças observadas no conceito de mediação no ambiente online vamos analisar um caso específico em que podem ser notadas algumas das questões levantadas anteriormente.

O case que abordarei aqui aconteceu em 2010, durante o período de campanha eleitoral para presidência da república. Em meio a uma quantidade infindável de notícias e informações sobre os candidatos à presidência da república, o jornal Folha de São Paulo publicou, no dia 05 de setembro, a seguinte manchete “Consumidor de Luz pagou R\$ 1 bi por falha de Dilma”. Esse era o título de uma matéria que acusava Dilma, candidata do Partido dos Trabalhadores (PT) e ex-ministra de Minas e Energia, de ter feito um erro de cálculo na tarifa social de energia elétrica que teria prejudicado milhares de consumidores. Essa manchete foi

⁶A era das tecnologias da informação e comunicação têm impulsionado forças que favorecem uma maior influência por parte dos cidadãos no governo representativo e as atividades que temos testemunhado e documentado revelam que a democracia representativa já está em vias de ser transformada. (Tradução livre.)

divulgada em um contexto onde o descontentamento dos partidários do PT com esse veículo de comunicação já era grande devido à insistência do jornal em fazer críticas à candidata do partido.

Não nos interessa aqui julgar o mérito da posição do jornal e dos partidários de Dilma, mas sim compreender como ocorreu o processo comunicativo sobre o tema e o que ele nos permite observar. Considerando a manchete da Folha de São Paulo uma acusação absolutamente absurda contra Dilma, alguns internautas resolveram, na própria noite do dia 05, ridicularizar o jornal no Twitter através da utilização da *hashtag* #dilmafactsbyfolha. Essa *hashtag*ⁱⁱ sugeria manchetes para a Folha de São Paulo que os internautas consideravam tão absurdas quanto aquela divulgada pelo veículo. Abaixo seguem alguns exemplos de tweets:

@Fatimacarmo: E acende velas pra "Anjos e Demonios" RT @alansilva1974: Manchete da FOLHA: Dilma revela O Código Da Vinci. #DilmaFactsByFolha

@lelo13: Nero era filiado ao PT e colocou Fogo em Roma a pedido de Dilma
#DilmaFactsbyFolha

@gustavoamigo: #DilmaFactsByFolha Folha teve acesso a documentos que comprovam que Dilma lutou com Darth Vader durante governo militar.

@JesusDivino: Folha revela #Dilma incentivou Eva dizendo: "Come boba, emagrece!"
#DilmaFactsByFolha

Essa campanha contra a Folha de São Paulo acabou sendo bastante grande, atingindo uma grande quantidade de usuários e perdurando por alguns dias no Twitter.

Usaremos então os parâmetros estabelecidos por Maia (2002) e Gomes (2010a), anteriormente explicados, como funções dos media para a democracia para analisar em que aspectos uma ação pode trazer benefícios a um contexto democrático. Em relação a dar visibilidade a fatos de interesse público, acredito que o caso em análise cumpra sua função. Isso porque tanto o fato de ter ou não havido fraude no sistema de cobrança de

energia elétrica quanto a própria discussão sobre o posicionamento de um grande veículo de imprensa nacional (no caso, o jornal Folha de São Paulo) são de interesse público. Sem dúvida o uso da *hashtag* e sua disseminação pela rede colocam em evidência questões de interesse público.

Já sobre o parâmetro de estabelecer a discussão pública, acredito que o caso em análise cumpre parcialmente sua função. Se, por um lado, ele problematiza a posição da Folha de São Paulo e permite que as pessoas expressem suas opiniões e críticas ao jornal, por outro, não há uma discussão voltada para o entendimento e para a tomada de decisão. Portanto, apesar de haver certa discussão sobre o tema, esse processo não leva a uma tomada de decisão suficientemente forte para influenciar a decisão política. Essa limitação poderá ser vista mais nitidamente na análise de outros parâmetros.

Quanto ao terceiro parâmetro proposto por Maia, a mobilização para participação cívica na política, acredito que, muito em função do item anterior, o caso também não consegue uma contemplação satisfatória. Sim, há uma mobilização em torno da discussão, o que, a depender do referencial adotado, pode ser considerado participação. Se, contudo, consideramos participação de uma forma mais restrita, como uma ação que tem repercussões efetivas nas decisões políticas, o caso não atinge esse objetivo. O jornal não publicou errata ou se desculpou publicamente nem sequer divulgou qualquer nota sobre a campanha que foi feita contra ele. Nenhum órgão governamental ou representante político tomou qualquer atitude de punição contra o jornal. Portanto, a repercussão dessa campanha não se concretizou em ações institucionais efetivas.

Passando para os parâmetros propostos por Gomes (2010a), o caso do uso da *hashtag* #dilmafactsbyfolha contribui sim para o aumento da capacidade concorrencial do cidadão. Se antes era muito mais difícil que uma iniciativa da sociedade civil contra um meio de comunicação se tornasse visível, a internet e suas ferramentas permitem que, hoje, uma campanha como essa chegue a ser noticiada por vários portais de notícias online. Isso aconteça de outra forma. No entanto, novamente, é preciso fazer a ressalva de que o aumento dessa capacidade concorrencial não se deu de forma suficiente para se igualar ou se sobrepor

a outros agentes de influencia política a ponto de fazer com que ações políticas concretas fossem tomadas em relação à questão.

Por isso mesmo, em relação ao parâmetro de aumento dos agentes de decisão política, o caso em nada contribui. As decisões políticas centrais (como destino de verbas de publicidade governamental, por exemplo) continuaram sendo tomadas à revelia das pessoas que se manifestaram contra o jornal. Talvez pequenas decisões, principalmente dentro do próprio veículo de comunicação alvo das críticas, possam ter sido afetadas pela campanha, mas em termos de política institucional, nenhuma mudança foi percebida. Já no parâmetro da consolidação de direitos do cidadão dentro de uma democracia, a campanha cumpre bem o seu papel. O direito à opinião, à livre-expressão, à não-coerção são contemplados no processo.

Falando em usuários e em campanha política, é crucial fazer uma ressalva: o usuário que começou o uso da *hashtag* pode sim ter sido alguém envolvido na própria campanha da candidata Dilma. Isso tem sido algo bastante comum em campanhas políticas online – inclusive com uso de *fakes*ⁱⁱⁱ – mas é algo que não descredibiliza o movimento. É preciso sim ter noção dessa possibilidade, mas é importante perceber que independente de onde começa, a força do movimento está no seu crescimento, na amplitude que consegue ganhar.

Além da crítica, o que o movimento pode ter tido de mérito foi a possibilidade (isso teria que ser propriamente medido) de atingir pessoas que poderiam ter lido a Folha de São Paulo e que talvez, ao lerem os tweets com a *hashtag* poderiam problematizar o posicionamento do jornal. Isso é possível de acontecer sim, contudo estudos mostram que esse tipo de campanha política na internet tende a ficar muito restrita aos chamados “*like-minded*”, aqueles que já tem simpatia com a causa, e que apenas a reforçam a partir de ações como essa.

Portanto, o contexto online traz sim mudanças significativas aos processos de mediação e de comunicação de forma geral. É preciso, no entanto, estar atento às nuances desse processo para melhor compreender as possibilidades que ele traz, mas também suas limitações de ação.

Referências

AVRITZER, Leonardo. Prefácio. In: **A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

BARROS, Antonio T. et al. Comunicação para a promoção da democracia: o papel dos veículos da Câmara dos Deputados. In: **I COMPOLITICA**, 2006, Salvador. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2006/Barros_et_al_2006.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2010.

BLUMLER, Jay G.; GUREVITCH, Michael. The new media and our political communication discontents: democratizing cyberspace. **Information, Communication & Society**, 4 (1), p. 1–13, 2001.

BOBBIO, Norberto. **O conceito de sociedade civil**. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

COOKE, Maeve. Cinco argumentos a favor da democracia deliberativa. In: MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro (org.). **A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009, p.143-174.

CORREIA, João Carlos. **Elementos para uma crítica da mediação moderna**. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/correia-joao-elementos-critica-mediacao-moderna.pdf>>. Acesso em: 11 out. 2010

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma «análítica» da midiaticização. Revista Matrizes, n.2, primeiro semestre de 2008. Disponível em: <http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2010.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. Comunicação e Democracia. São Paulo: Paulus, 2008. Coleção Comunicação.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**. Série Jornalismo a Rigor, vol.1. Florianópolis: Insular, 2009.

GOMES, Wilson. Os estudos de comunicação pública política no Brasil: avanços e perspectivas. Palestra proferida no **IV Abrapcorp**, Porto Alegre, 2010a.

LYCARIÃO, Diógenes. Internet e esfera pública: por uma abordagem teórico-metodológica acerca dos usos da internet pela sociedade civil organizada. In: **Seminário Nacional de Sociologia e Política**, 1., 2009, Curitiba.

MAIA, Rousiley. Mídia e deliberação pública: mediações possíveis. In: **XI COMPÓS**, 2002, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_754.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2010.

MAIA, Rousiley (coord.). Mídia e deliberação. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008.

MAIA, Rousiley. Mídia e diferentes dimensões da Accountability. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, n.2, 2009. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/113/112>>. Acesso em 31 jan. 2010.

MELO, José Marques de. A Utopia Brasileira da Mídia Cidadão. Comunicação & Educação, v. 1, p. 25-30, 2007.

O'HARA, Kieron. The Internet: A Tool for Democratic Pluralism?. **Science as Culture**, Volume 11, Number 2, 2002.

REQUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RENAULT, Letícia. Comunicação: um instrumento de política?. In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_renault.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2010.

RUBIM, Albino. **Espetáculo, política e mídia**. 2002. Disponível em: <<http://vsites.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Albino2002.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2010.

SANTOS, Nina. **Esfera de visibilidade e comunicação desintermediada**: uma análise do blog Fatos e Dados. 2010. 85 f. Trabalho de Conclusão de Curso - Faculdade de comunicação da Universidade Federal da Bahia.

SHAPIRO, Andrew L. **The Control Revolution**. New York: Century Foundation, 1999.

STALON, Christa Daryl; BECKER, Ted. Democracy beyond the information age: 21st century political communication. **The journal of futures studies, strategic thinking and policy**, vol.02, no.02, apr. 2000.

THOMPSON, John B. **The Media and Modernity**: a social theory of the media. Cambridge: Polity Press, 1995.

WEBER, Maria Helena; PEREIRA, Marcos V.; COELHO, Marja P. O voto, a rua e o palco. In: XIII COMPÓS, 2004, São Bernardo do Campo. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_598.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2010.

i Não é só uma mudança em como navegamos ou comunicamos. Pelo contrário, é uma mudança potencialmente radical em quem está no controle - de informações, experiências e recursos (tradução da autora)

ii *Hashtag* é uma forma de classificar determinada postagem quanto ao tema e de facilitar sua localização em mecanismos de busca. Ao clicar em uma *hashtag*, o usuário pode ver todos os *tweets* que a utilizaram, o que permite uma visualização mais ampla da utilização daquela *hashtag* e de sua popularidade.

iii Fakes são perfis falsos, que não são de pessoas reais. Em campanhas políticas, eles são criados geralmente para divulgar mensagens de apoio a um candidato ou de repúdio a seus adversários.