

DEMOCRACIA MIDIÁTICA: REPRESENTAÇÕES MOBILIZADAS EM MEIOS DE COMUNICAÇÃO*

MEDIA DEMOCRACY: REPRESENTATIONS MOBILIZED IN THE MEDIA

Ivan Paganotti

Professor da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), desenvolve pesquisa com auxílio da FAPESP – processo nº 2020/15055-9, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Bolsista produtividade CNPq (PQ-2), realiza pós-doutorado no TIDD/PUC-SP desde 2023, sob supervisão de Pollyana Ferrari. Doutor pela Universidade de São Paulo (USP), lidera o grupo de pesquisa Checagem, Educação, Comunicação, Algoritmos e Regulação (CHECAR/PósCom-Umesp).

E-mail: ivan.paganotti@metodista.br

*Pesquisa originalmente apresentada na Abertura do Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 28 de março de 2023.

RESUMO

Este estudo discute a conexão estrutural entre a comunicação e a democracia, avaliando o papel mobilizador dos meios de comunicação. O problema que se pretende responder é: novas mídias digitais democratizam e quebram monopólios representativos? Para responder essa pesquisa, é construído um panorama das pesquisas teóricas e conceitos advindos dos campos da política e da justiça, considerando a responsabilidade específica dos pesquisadores nos estudos comunicacionais.

Palavras-chave: mídia, mobilização, democracia, direitos, representação.

ABSTRACT

This study discusses the structural connection between communication and democracy, evaluating the mobilizing role of the media. This study tries to answer the following question: do new digital media democratize and break down representative monopolies? To answer this matter, this paper constructs a panorama of theoretical research and concepts from the fields of politics and justice, considering the specific responsibility of researchers in communication studies.

Keywords: disinformation, social networks, journalism, verification, education, fake news.

Introdução

Foi uma honra – e também uma grande responsabilidade – retornar à ECA-USP, minha *alma mater*, para discutir, na palestra de abertura, as relações entre mobilização, comunicação e democracia, tema da edição de 2023 do *Conexão Pós*, jornada discente realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo¹.

Este trabalho sintetiza os pontos principais desta fala inaugural, incorporando questões e sugestões dos discentes, docentes e pesquisadores presentes no evento acadêmico na ECA-USP. Para essa reflexão, este texto tem como objetivo discutir a conexão estrutural entre a comunicação e a democracia, avaliando o papel mobilizador dos meios de comunicação. O problema que se pretende responder é: as novas mídias digitais democratizam e quebram monopólios representativos? Para responder essa pesquisa, é construído um panorama das pesquisas teóricas e conceitos advindos dos campos da política e da justiça, considerando a responsabilidade específica dos pesquisadores nos estudos comunicacionais.

Comunicação e democracia: paralelismo entre sistema político e midiático

Para podermos considerar a relação entre comunicação e democracia, é importante retomar a análise de Hallim e Mancini (2004) sobre as relações entre os sistemas políticos e midiáticos de diferentes países. A dupla de autores identificou um paralelismo entre esses sistemas de representação democrática e simbólica, a partir de uma série de critérios sobre o ecossistema midiático (considerando o alcance do mercado de comunicação, influências partidárias nos veículos, diversidade ou concentração e homogeneidade entre os proprietários dos meios de comunicação ou entre as vo-

¹ O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). This study was financed in part by the Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

zes que ocupam esses veículos, o grau de profissionalização da imprensa e extensão da regulação ou intervenção estatal sobre a mídia) e a organização política (considerando a formação histórica do sistema político nacional, predominância de modelo representacional majoritário ou proporcional, valores políticos pluralistas ou individualistas, funções do Estado e governança com regramento legal-racional) de cada país.

A partir desses critérios, Hallim e Mancini identificaram três modelos de relações entre sistemas políticos e midiáticos nas potências ocidentais: um modelo pluralista polarizado, nas nações mediterrâneas; um modelo corporativista-democrático, no norte e no centro da Europa; e um modelo liberal, no norte do Atlântico, entre EUA e Inglaterra.

É pertinente detalhar o modelo pluralista polarizado, não só por serem nações com as quais o Brasil apresenta heranças de colonização e migração acentuada, mas também porque, na classificação de Azevedo (2006), nosso país pode ser alinhado também com essa classificação. Nessas nações, o sistema midiático é marcado pelo surgimento tardio da imprensa e jornais comerciais, com circulação restrita, e com cobertura elitista e partidária. A diversidade é limitada, com concentração da propriedade midiática em poucos oligopólios familiares ou multinacionais massivas, e poucas vozes com acesso aos meios tradicionais, com marcado viés conservador e excludente. A televisão apresenta papel hegemônico, e seu controle regional está conectado diretamente com grupos políticos influentes.

Evidentemente, a ascensão de plataformas digitais globais tende a enfraquecer esse controle local e a hegemonia televisiva, distanciando parte do público das grandes telas coletivas para as pequenas telas dos celulares individuais, mas muito do conteúdo que circula nessas plataformas também é produzido pelos produtores audiovisuais tradicionais.

No cenário político, esse modelo prevê uma tradição conservadora e autoritária com redemocratização recente, marcada intervenção econômica

do estado contraposta com iniciativas liberalizantes atuais e uma governança burocrático-racional tardia e incompleta.

Nesse paralelo entre comunicação e sistema político, é importante destacar que no processo recente de redemocratização brasileira renegociada nos anos 1980 – e ameaçada nos anos 2020 – a abertura política também foi conseguida com o apoio do sistema político e midiático, em um processo que envolveu desde concessões televisivas para caciques partidários locais (Paganotti, 2021) até uma anistia que procurava ocultar os abusos do regime autoritário anterior.

Na justiça transicional, o Brasil acabou desenvolvendo poucas medidas de responsabilização do regime militar anterior: na gradação de Grodsky (2009), o país só pode adotar as medidas de restauração simbólicas, como a condenação e interrupção parcial de violações de direitos humanos, recompensas para vítimas e comissões da verdade, sem conseguir atingir medidas retributivas mais drásticas, como expulsão e punição de executores e mandantes dos crimes do regime autoritário. A resistência em punir, na anistia, explica a tolerância com discursos abusivos e discriminatórios ou o questionamento aos preceitos básicos dos direitos humanos no Brasil recente.

A interface problemática entre comunicação e sistema político é particularmente evidente no caso da regulamentação da mídia, visto que é terreno de disputa o controle dos atores políticos sobre os meios de comunicação, que reagem com uma resistência a essas práticas.

Esse é um ponto de divergência da experiência brasileira em relação aos países mediterrâneos da classificação de Hallim e Mancini (2004) e de Azevedo (2006), pois, como já argumentei anteriormente (Paganotti, 2018), evitamos uma “regulamentação no atacado”, frequente em nações europeias, restando somente o “varejo das cortes do judiciário” (Paganotti, 2018, p. 56), o que ajuda a entender inclusive a tensão – ou a subserviência – de veículos de comunicação perante as cortes no Brasil. Aliada à baixa transparência e

resistência dos meios de comunicação em assumirem seus erros (Paganotti, 2021), muitos conflitos que tradicionalmente encontrariam sua resolução na regulação política ou na resposta comunicativa (McQuail, 2005), acabam sendo canalizados para questionamentos legais no judiciário.

Além do mito do 4º poder: mobilização nos meios de comunicação

Uma das consequências da relação entre o poder político e o poder midiático no Brasil é a interdependência da mídia e do sistema político, em um processo de pressões em ambos os sentidos. De um lado, os meios pressionam os representantes, definindo a agenda do debate público, cobrando a adoção de suas bandeiras, e investigando denúncias caso suas demandas sejam ignoradas pelos interlocutores no centro do poder. Por outro lado, atores políticos procuram ocupar espaços midiáticos no auxílio à sua conquista ou sua manutenção de espaços de poder nas votações democráticas, da mesma forma em que buscam influenciar os mecanismos de controle midiático, com as constantes ameaças de regulação.

Nesse sentido, Albuquerque (2000) argumenta que o poder midiático tradicionalmente é visto como um quarto poder, ao lado dos poderes democráticos do executivo, legislativo e judiciário. Entretanto, segundo o autor, no Brasil a imprensa, em particular, ocupa esse quarto poder ecoando o papel “moderador” (Albuquerque, 2020, p. 26): se no passado esse quarto poder moderador tentou ser reservado pelo arroubo absolutista do imperador no século XIX e, no século XX, foi sistematicamente usurpado pelas forças militares, (auto)convocadas para intervir sobre os conflitos constantes entre os poderes da república, nas décadas recentes a imprensa ocupou essa função de controle entre – e sobre – os outros poderes, uma válvula de escape da pressão política nos cenários de crise, contendo ou eliminando propostas e atores políticos que ameacem o *status quo*. Assim, a força de mobilização da mídia se dá menos como um acelerador para a mobilização social e mais como um freio quando as mudanças ameaçam o sistema vigente.

Na análise de Albuquerque (2020), esse quarto poder midiático assume papel moderador no Brasil pois a imprensa encontra-se “potencialmente muito mais sujeita à censura política, formal ou informal” e, com isso, “encontra muito mais incentivos para intervir diretamente na vida política e legal do país, influenciando as instituições a atuarem na direção ‘certa’, do bem comum” (Albuquerque, 2020, p. 26).

É possível expandir e atualizar a análise de Albuquerque para o século XXI, considerando a centralidade das plataformas digitais. Portais noticiosos, ferramentas de pesquisa, redes sociais, aplicativos de mensagens e plataformas audiovisuais de streaming são o novo espaço de disputa política, e tentam se apresentar como esferas mais democráticas, justamente por romper com as barreiras de propriedade e representatividade da mídia alternativa: qualquer um pode ter um perfil ou um canal – desde que na plataforma controlada por uma gigante multinacional que coleta e processa nossos dados.

Nos espaços digitais, todos os debates são polarizados, em cenário de engajamento constante, como uma “campanha permanente” (Ratier, 2020, p. 54), mobilizado por “conteúdos alarmistas e conspiratórios” (Cesarino, 2019, p. 533): todo dia é dia de disputa eleitoral no espaço digital, e quem arregimenta mais likes/votos acaba recebendo a atenção coletiva, o que nem sempre é um prêmio sem riscos. Como lembra o já velho adágio: “cada dia há um protagonista no Twitter, e o objetivo é nunca ser essa pessoa”².

Redes e representações: plataformas digitais e monopólios interpretativos

Uma das grandes transformações no sistema midiático resultante da emergência das novas plataformas digitais, desde o final do século XX, tem sido a explosão de fontes de informações e perspectivas que antes não en-

² Tradução do autor. No original em inglês: “Each day on twitter there is one main character. The goal is to never be it.” Ver: Adam (2019).

contravam espaços nos cuidadosamente editorializados veículos tradicionais. Essa quebra de “monopólio interpretativo” (Citelli, 2006, p.174) pode ampliar a pluralidade e diversidade, de forma mais democrática: grupos minoritários, vozes dissonantes, questionamentos incômodos e interesses de nicho passam a encontrar espaço – e uns aos outros, construindo comunidades.

Porém, esses espaços também criam oportunidades para disseminação de conteúdos que eram mantidos fora da mídia massiva por um bom motivo: se antes eram opiniões chocantes e violentas seriam descartados mesmo pelos veículos mais sensacionalistas, a rede se abre para todos, incluindo discursos de ódio, ameaças e desinformação (Braun; Coakley; West, 2019). Paradoxalmente, ao ampliar a diversidade, as redes têm polarizado as posições em extremos irreconciliáveis, erodindo as paisagens midiáticas em que convergiam públicos de posicionamentos plurais (Ribeiro; Ortellado, 2018).

Até mesmo as organizações de mobilização social passam por nova maquiagem pouco confiável ao ganhar escala: grupos que se representam como “grassroots”, redes rizomáticas, horizontais e descentralizadas, acabam cooptadas – quando não são plantadas – por interesses de grandes atores políticos e econômicos, mascarando uma centralização: se os “grassroots” pretendem se apresentar como “raízes de grama”, essas entidades que disfarçam sua centralização passam a ser apelidadas de “astroturf”, popular marca de grama sintética norte-americana.

Essa transformação no modelo de mobilização online traz impactos na organização política. Vemos a ascensão das “redes policêntricas segmentadas e integradas [SPIN]” (Santos; Santos, 2019, p. 52), que conectam diferentes grupos de interesses diversos, mas que apresentam pontos de convergência ou contato. Assim, uma mensagem política não precisa mais ser planejada pelo centro de comunicação de uma campanha: é possível identificar uma mensagem política produzida de forma amadora, viralizando entre pequenos grupos familiares nas periferias ou no interior; uma vez

captada por um representante político local ou um comunicador com contatos mais amplos, essa mensagem pode rapidamente ganhar escala ao ser repassada para lideranças regionais, nacionais ou até mesmo circular em outros países.

Isso dificulta o mecanismo de controle sobre conteúdos ofensivos, falsos, discriminatórios ou ameaçadores, e torna o ambiente digital mais irregular e imprevisível – antes era possível prever os temas no debate público com semanas ou meses de antecedência, considerando a agenda dos projetos políticos no Congresso ou as campanhas eleitorais, mas agora é impossível prever qual será a polêmica da próxima semana, de amanhã, ou mesmo desta noite.

Considerações finais: a responsabilidade da pesquisa na comunicação

Há um elemento particularmente importante no processo de democratização, central ao campo da comunicação, que é de responsabilidade particular de nossa comunidade de pesquisadores. A investigação científica é parte do tripé universitário, que une pesquisa, ensino e extensão.

Nesse sentido, as pesquisas em comunicação precisam estar alinhadas com a prática docente, da mesma forma como devem resultar em benefícios para a sociedade que sustenta as instituições de ensino superior. Não só a comunicação precisa servir à democracia; também a pesquisa precisa ser difundida e atender as demandas da sociedade, sem deixar de lado a descoberta de novos saberes.

Uma das maiores demandas sociais, em nosso campo de saber, é justamente os potenciais e riscos das novas plataformas digitais (Lessig, 2006), discutidas neste estudo. Há necessidade de pesquisar como ampliar seus impactos positivos, alertando e mitigando seus evidentes efeitos colaterais. Ao lado do perigo da exposição da privacidade, da disseminação de conteúdos

ofensivos e violentos, da precarização das relações produtivas, da vigilância digital ou da censura privada, um dos focos de preocupação recentes envolve a disseminação de informações falsas em redes digitais (Ribeiro; Ortellado, 2018).

A desinformação é um desafio em plataformas em que as informações e as fontes se multiplicam de forma acelerada. Zuckerman (2017) relembra que parte do apelo pela credibilidade nos conteúdos disponíveis online é resultado da desconfiança em relação aos meios de comunicação tradicionais, fruto de erros que fraturaram a relação desses veículos com o público. Mas pesquisadores e educadores da área de comunicação podem ter exagerado os benefícios desses novos meios no passado, com um discurso de desconfiança sobre os interesses nos meios tradicionais, sugerindo que fontes alternativas podem trazer informações mais confiáveis (Zuckerman, 2017).

Sem dúvida existem excelentes veículos alternativos online, e não podemos ignorar as falhas das mídias tradicionais, mas precisamos explicitar critérios mais claros, que permitam ao público identificar as falhas dos meios digitais – e quando as informações das fontes tradicionais estão corretas, e não podem ser ignoradas (Ross; Rivers, 2018). Sem isso, corremos o risco de “limitar o ecossistema midiático/informacional” (Soares, 2018, p. 19), restringindo nosso consumo de informações e opiniões que se encaixem em nossos vieses.

Esse reforço da pluralidade com qualidade tem sido minha contribuição, junto a colegas da USP e da PUC-SP, desenvolvendo na Universidade Metodista de São Paulo projetos de pesquisa e extensão de educação midiática para combater a desinformação online. Nosso curso online *Vaza, Falsiane!* – <https://vazafalsiane.com> – procura levar as pesquisas acadêmicas sobre nosso cenário de pós-verdade para o espaço em que proliferam as notícias falsas: as plataformas digitais (Paganotti; Sakamoto; Ratier, 2021). Em linguagem acessível e no formato próprio das redes sociais, os conteúdos do curso procuram difundir educação midiática para que o público possa entender melhor como funcionam os meios de comunicação digitais; assim,

podem ser consumidores e produtores mais críticos, com escolhas mais criteriosas, e evitar os enganos tão frequentes nesse espaço.

É um exemplo, entre muitos, que mostram que temos uma responsabilidade, como pesquisadores no campo da comunicação, de levar nossas pesquisas e dialogar com a sociedade. É essa a mobilização que precisamos realizar a partir de nossos projetos e estudos, procurando não só uma comunicação mais democrática, mas também uma pesquisa democratizante.

Referências bibliográficas

ADAM. Twitter's Main Character. **Know Your Meme**, 2019. Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/twitters-main-character>. Acesso em 30 nov. 2023.

ALBUQUERQUE, A. Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil. **Contracampo**, 4, p. 23-57, 2000. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/download/17299/10937/65082>. Acesso em 30 nov. 2023.

AZEVEDO, F.A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. **Opinião Pública**, vol. 12, n. 1, p. 88-113, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-62762006000100004>. Acesso em 30 nov. 2023.

BRAUN, J.A.; COAKLEY, J.D.; WEST, E. Activism, Advertising, and Far-Right Media: The Case of Sleeping Giants. **Media and Communication**, vol. 7, n. 4, p. 68-79, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2280>. Acesso em 30 nov. 2023.

CESARINO, L. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. **Revista de Antropologia**, v. 62, n. 3, p. 530 - 557, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232>. Acesso em 30 nov. 2023.

CITELLI, Adilson. **Palavras, meios de comunicação e educação**. São Paulo: Cortez, 2006.

GRODSKY, B. Re-ordering justice: Towards a new methodological approach to studying transitional justice. **Journal of peace research**, v. 46, n. 6, p. 819-837, 2009. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/25654498>. Acesso em 30 nov. 2023.

HALLIM, D. C.; MANCINI, P. **Comparing media systems**: three models of media and politics. New York: Cambridge University Press, 2004.

LESSIG, L. **Code version 2.0**. New York: Basic books, 2006. Disponível em: <https://lessig.org/product/codev2>. Acesso em 30 nov. 2023.

MCQUAIL, D. "Publication in a free society: the problem of accountability". **Comunicação e Sociedade**, v. 7, n. 1, p. 235-252, 2005. Disponível em:

<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1220/1163>. Acesso em 30 nov. 2023.

PAGANOTTI, I. Redemocratização e reposicionamento de instâncias reguladoras da comunicação: disputas pelo controle da mídia no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, v. 40, n. 1, p.33-58, jan.-abr. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v40n1p33-58>. Acesso em 30 nov. 2023.

PAGANOTTI, I. **Censura, Justiça e Regulação da Mídia na Redemocratização**. Curitiba: Appris, 2021.

PAGANOTTI, I.; SAKAMOTO, L.M.; RATIER, R.P. "Vaza, Falsiane!": iniciativa de letramento midiático contra notícias falsas em redes sociais. **Intexto**, n. 52, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1807-8583202152.94227>. Acesso em 30 nov. 2023.

RATIER, R.P. Império opaco: mapeamento da expansão da rede bolsonarista no WhatsApp. **Verbum**, v. 9, n. 2, 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/verbum/article/view/49942>. Acesso em 30 nov. 2023.

RIBEIRO, M.M.; ORTELLADO, P. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR**, n. 27, v. 15, n. 27, p. 71–83, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf>. Acesso em 30 nov. 2023.

ROSS, A.S.; RIVERS, D.J. Discursive Deflection: Accusation of "Fake News" and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. **Social Media + Society**, v. 4, n. 2, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2056305118776010>. Acesso em 30 nov. 2023.

SANTOS, J.G.B.; SANTOS, K.S. Das bancadas ao WhatsApp: redes de desinformação como arma política. In: GALLEGO, Esther Solano (org). **Brasil em colapso**. São Paulo: Ed. Unifesp, 2019, p. 52.

SOARES, F.B. As estratégias de argumentação e as formas de desinformação nas mensagens de Jair Bolsonaro no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018. **Mediação**, v. 22, n. 30, 2020. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/7424>. Acesso em 30 nov. 2023.

ZUCKERMAN, E. Fake news is a red herring. **Deutsche Welle**, 25 jan. 2017. Disponível em: <https://www.dw.com/en/fake-news-is-a-red-herring/a-37269377>. Acesso em 30 nov. 2023.