



**Revista Comunicação Midiática**  
ISSN: 2236-8000  
v.17, n.1, p. 106-120, jan-jun, 2022

---

**Comunicação, Miatização e Democracia: dos *mass media* à datificação**

**Comunicación, Mediatización y Democracia: de los *mass media* a la datificación**

**Communication, Mediatization and Democarcy: from mass media to datafication**

---

**Kárita Emanuelle Ribeiro Sena**

Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho - UNESP/Bauru (2020) e mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (2011). Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Católica Dom Bosco (2007). É diretora da Associação Brasileira de Comunicação Pública em Mato Grosso do Sul e membro do grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo - Ciberjor, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais - ComMov, da UNESP.  
karitaemanuelle@gmail.com

**Alana Nogueira Volpato**

Doutora em Comunicação pela Unesp (Fapesp, processo 2019/00781-9). Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas e Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Vice-líder do grupo de pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais – ComMov. alanavolpato@gmail.com

## RESUMO

A partir de uma discussão teórica, pretendemos levantar dilemas e contradições do fazer político e os impactos para a democracia na sociedade contemporânea, com uma abordagem relacionada à Mídiação. Debateremos a mídiação da política permeada por lógicas variadas, organizadas em torno dos *mass media* e das 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.

**Palavras-chave:** Democracia; Mídiação; Política; Sociedade; Tecnologias Digitais.

## RESUMEN

A partir de una discusión teórica, pretendemos plantear dilemas y contradicciones de la acción política y los impactos para la democracia en la sociedad contemporánea, con un enfoque relacionado con la Mediatización. Debateremos la mediatización de la política permeada por diferentes lógicas, organizadas en torno a los medios de comunicación de masas y las tecnologías digitales. El objetivo es contribuir a la comprensión de los fenómenos que impactan en los procesos de interacción social y política desde las elecciones de Donald Trump en 2016 y esbozar los posibles impactos que esto ha generado para el tejido democrático.

**Palabras clave:** Democracia; Mediatización; Política; Sociedad; Tecnologías digitales.

## ABSTRACT

Based on a theoretical discussion, we intend to identify dilemmas and contradictions in political practice and the impacts on democracy in contemporary society, with an approach related to Mediatization. We debate the mediatization of politics, from a conception of the mass to the current contours of political making in face of the logics that have been adopted based on digital technologies. This paper aims to contribute to the understanding of phenomena that impacted social and political interaction processes since Donald Trump's elections in 2016 and to outline possible impacts that it generated for democracy.

**Keywords:** Democracy; Mediatization; Policy; Society; Digital Technologies.

## 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 Mídia e Tecnologia. Debateremos a esfera pública midiática e a mídia e tecnologia da política, desde uma concepção dos *mass media*, até alcançar o que tratamos como a Democracia Midiática 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.

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 cidadãos transmutaram em formato, alcance e visibilidade com a digitalização da vida e a mídia e tecnologia da sociedade.

O processo de mídia e tecnologia 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 mídia e tecnologia se refere às transformações estruturais em que a mídia alcança 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. Para Bernard Miège (2009), as décadas de 1970 e 1980 nos Estados Unidos poderiam representar uma situação histórica para a emergência desse processo que, depois, gradualmente, se acentua com a disseminação das tecnologias de informação e comunicação.

Braga (2015), por sua vez, entende que embora a mídia e tecnologia compreenda o atravessamento de lógicas de mídia nos diversos campos sociais, o processo não se limita a isso. Primeiro, porque a mídia, como instituição, é orientada por lógicas diversas e nem sempre convergentes. Segundo, porque as lógicas da mídia, em contato com outras instituições e atores sociais diversos, não são apenas assimiladas.

Em interações que passam pela mídia, é possível que os participantes recorram aos padrões consolidados nesse campo social, assim como é possível que se orientem por outras lógicas institucionais ou que desenvolvam processos midiáticos próprios, adequados a atividades de seu interesse. Diferentes campos sociais passam 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. Conforme a sociedade experimenta interações midiáticas, passa a transformar as próprias lógicas da mídia, invertendo o processo de influência.

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 mídia e tecnologia. Isso permite-nos, então, enxergar uma esfera pública atual como uma esfera pública midiática.

Entre as consequências do processo de midiática estão a necessidade de comunicação das instituições com a sociedade em geral e com os demais campos sociais que se amplia; com isso, os campos sociais estão mais expostos; e a presença da mídia em todas as esferas da vida social contribui para uma aproximação entre os campos. Além disso, a midiática contemporânea, marcada pelos meios de massa e pelas tecnologias digitais, cria 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 (Braga, 2012).

Os processos de midiática 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.

### **Política midiática: entre os *mass media* e as tecnologias digitais**

As perspectivas da Midiática da política vêm desde uma compreensão de como meios institucionais impactam o fazer político, quanto às transformações desencadeadas pelas tecnologias digitais, levando a deslocamentos provocados nos modelos anteriores. No contexto da midiática atual, a política é constantemente mediada por diferentes meios e plataformas de comunicação, e atravessada por interações que dependem da mídia.

Couldry (2012) comenta que o campo da política é onde se pode perceber, de forma evidente, lógicas da mídia agindo sobre outras instituições, impactando desde seu funcionamento diário até os processos de deliberação pública. Para Strömback e Esser (2014), trata-se de um processo dinâmico que, ao longo do tempo, evidenciou a centralidade da mídia, afetando instituições, atores e organizações políticas pela forma como usam a mídia para se comunicar.

Como os diferentes atores políticos disputam recursos como atenção pública e legitimação, e diante da relevância assumida pela mídia no cenário político contemporâneo, Meyen et. al. (2014) explicam que a midiática tensiona atores políticos a mudarem estratégias, redistribuírem recursos nas organizações políticas como partidos, grupos de interesse e organizações não-governamentais, o que leva a uma alteração no conjunto do sistema político a longo prazo.

As campanhas voltadas à formação da opinião pública como estratégia política, as campanhas permanentes dos políticos que se estendem para além do período eleitoral e a profissionalização da política são práticas fundamentais para o campo político hoje. No entanto, não são lógicas próprias da política, mas originadas nessa intersecção com a mídia (Strömback, 2008).

Mobilizando todos os recursos disponíveis nas batalhas diárias para influenciar e modelar as notícias, sobretudo acolhendo desejos, necessidades e padrões dos critérios de noticiabilidade, atores sociais e políticos podem ser bem-sucedidos no curto prazo, mas ao mesmo tempo, suas ações revelam a relativa insignificância da lógica política em oposição à lógica da mídia (Strömback, 2008, p. 240, tradução nossa).

Meyen et al. (2014) afirmam que, em um nível micro, atores políticos podem mudar estratégias considerando a mídia, como um partido político que, entre dois candidatos para uma eleição, escolhe aquele com mais potencial para um bom desempenho nos meios de comunicação. Em um nível meso, passam a apresentar mais preocupação com a formação da opinião pública e tendem a desenvolver habilidades de relações públicas para, em nível macro, fazerem transformações estruturais voltadas para as lógicas da mídia.

Como a midiática da política é, no limite, configurada pelas práticas e pelos interesses táticos e estratégicos e necessidades de diferentes meios e de diferentes instituições políticas, organizações e atores políticos com um certo enquadramento institucional, não deve ser percebida como um fator exógeno que influencia todas as instituições, organizações e atores de maneira uniforme (Strömback; Esser, 2014, p. 249, tradução nossa).

Com base nessa observação, é preciso reconhecer que, como discutimos anteriormente, atores sociais e políticos são orientados por suas lógicas próprias, lógicas de outras instituições e, também, por lógicas de mídia, levando a redirecionamentos diversos. Estas, por sua vez, não são amparadas apenas por padrões profissionais do jornalismo, mas formadas considerando as expectativas da audiência, as pressões de anunciantes ou parceiros políticos, a linha editorial. Ainda, esses aspectos particularmente relevantes nos meios de comunicação de massa se complexificam com as possibilidades de interação promovidas pelas mídias digitais que envolvem, por exemplo, os algoritmos das plataformas, seus mecanismos de produção, edição e compartilhamento, o papel desempenhado por usuários que não se limitam à emissão ou recepção, entre outros.

Nesse sentido, pode-se compreender as diferentes dinâmicas que operam em diferentes sistemas midiáticos, como os de massa ou os da mídia digital. Hjarvard (2015) complementa que existem características e funções sociais comuns aos diferentes meios de comunicação, indo na contramão de uma suposta atribuição de funções públicas aos meios de massa e privadas às mídias digitais. Para pensar as implicações da midiática para a política e para a democracia, é preciso evitar uma concepção binária em que os meios de comunicação de massa são vistos como danosos e os meios digitais como espaços de participação e mobilização. Para Carlón (2019), essa distinção:

[...] é um problema porque nem tudo que acontece nos meios massivos é a personalização da política e a política do escândalo nem só o que acontece nas redes sociais midiáticas são os movimentos sociais. Porque cada vez há mais política nas redes sociais e cada vez mais os meios massivos cumprem papéis chave na difusão e desenvolvimento dos movimentos sociais. (Carlón, 2019, p. 25-26, tradução nossa)

O reconhecimento de que as lógicas midiáticas são formadas tanto pelos meios de comunicação de massa quanto pelos meios digitais, com suas convergências e especificidades, sustenta o olhar da perspectiva institucional, centrada na influência de regras, normas e padrões estabelecidos no campo da mídia, que explica parte dos processos de midiática da política. Mas, por se limitar ao já instituído, não dá conta de explicar os inúmeros desafios da democracia contemporânea relacionados, justamente, aos procedimentos não instituídos, informais, acionados de forma experimental. A presença

generalizada da mídia na vida cotidiana cria uma série de situações para as quais não há experiência acumulada suficiente, padrões que orientem a conduta ou resultados previsíveis, inclusive, para os atores do campo social da mídia.

Se a mediação e a digitalização da vida humana se espalham pelos mais diferentes âmbitos sociais, culturais, econômicos e políticos, não é difícil constatar que o espaço público, tanto quanto o privado e sua cada vez mais difícil delimitação, é também mediado e digitalizado, levando a resultados incertos. Os processos de mediação da política, conduzidos por lógicas midiáticas variadas e pelos usos da mídia por atores diversos e seus próprios interesses, apontam para a emergência de um espaço público mediado, em que os diferentes sistemas se influenciam.

### **A esfera pública mediada e suas transformações no século XX e XXI**

Na contemporaneidade, as esferas pública e privada se confundem ante a codificação digital dos comportamentos sociais e o atravessamento dos campos sociais pela mídia, que não se apresenta mais exclusivamente como instituição autônoma, mas contribui para o funcionamento das demais, permeando práticas experienciais que partem de diversos atores.

A esfera pública moderna iniciada junto à constituição dos Estados nacionais, tendo a nação como uma unidade política autônoma (Avritzer; Costa, 2004) vai se transformando gradualmente diante dos processos de industrialização e pós-industrialização, de globalização e, mais recentemente, de digitalização e plataformação das relações sociais que passam a operar no mundo todo.

Segundo o olhar habermasiano, a esfera pública vai assumir uma nova constituição a partir da segunda metade do século XX, em um contexto econômico, político e social diverso do atual. Naquele momento, novas lógicas de consumo se estabeleciam, com influência dos meios de comunicação de massa, em forte expansão naquele momento.

Entre outros fatores, a integração entre Estado e sociedade, o surgimento dos meios de comunicação de massa, como a nascente televisão, a crescente importância da propaganda, a fusão entre entretenimento e informação e a decadência de associações liberais, configuraram para Habermas (2014) uma mudança estrutural da esfera pública no século XX.

De tais pontos, destaca-se a relevância do processo de mediação da sociedade, diretamente ligado às transformações que se operam na esfera pública. Expandida conceitualmente para abarcar diferentes atores e fluxos (Avritzer; Costa, 2004), a esfera pública ainda sofreria transformações radicais, especialmente após a última década do século passado, com a gradativa expansão do ciberespaço. A realidade de aceleração imposta pelos novos tempos, com novas espacialidades e novas temporalidades, afetam e forjam modos de agir e comunicar contemporâneo.

Se não há dúvida que a comunicação ocupa centralidade nos processos sociais contemporâneos, outros fatores disputam esse papel, considerando a racionalidade neoliberal que pautam as interações sociais. Couldry e Hepp (2017) vão destacar a centralidade dos dados na sociedade e na vida cotidiana, denominando o fenômeno de digitalização.

Nesse contexto de vida digitalizada, a aceleração do tempo, a miniaturização e mobilidade dos dispositivos, junto à pervasividade das plataformas na vida cotidiana,

redirecionaram os modos de produção e de consumo de informações e estão repercutindo em novas formas de sociabilidade, de exercer cidadania e de fazer política.

Entre as alterações na esfera pública midiaticizada destacamos o papel da extração e mercantilização de dados pessoais, o chamado colonialismo de dados (Mejías; Couldry, 2019), conjugado à vigilância exercida pelas grandes plataformas (Zuboff, 2015), para alimentar essa mesma extração.

Grohmann (2020) irá lembrar que a extração de dados não é mera coleta de informações, mas há extração de valor e de recursos. Um processo que se concretiza, sobretudo, na face mais visível e, muitas vezes, amigável das plataformas quando representam efetivamente infraestruturas digitais gigantescas que atuam na acumulação e extração de valor, compondo-se tanto como meios de produção e de comunicação, como destaca o autor.

A datificação da vida humana neste século irá servir a diferentes interesses. O uso político é um dos usos possíveis que vai interferir diretamente nos modos de fazer política na contemporaneidade. A criação dos bancos de dados gigantes que atualmente consolidam informações pessoais de diferentes campos forma, entre tantos compilados, espécies de Big Political Data (Papakyriakopoulos et al, 2018), os Big Data com foco político-eleitoral. Nesse contexto, surgem novos tipos de interação direcionada por dados entre políticos e cidadãos, com diferentes possibilidades e evidentes perigos.

Temos assim novos modelos interacionais midiaticizados na esfera pública, referentes ao modo de se relacionar com instituições, cidadãos e entes do governo, assim como o relacionamento entre os próprios atores sociais que se modifica. Assim, quando falamos em midiaticização da esfera pública, associamos conceitos que compreendem processos institucionais da mídia na sociedade e as suas consequências ao processo de datificação e plataformação da sociedade contemporânea, seja relativo às experiências de novas plataformas de mídia ou mesmo das comunidades em geral, que conseguem se apropriar de determinados recursos e até subvertê-los em alguma medida.

O espaço público atual é permeado por processos interacionais midiaticizados, 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.

O século XXI pode ser visto como cena de transformações graves que afetam os modos de sociabilidade humana. O contexto plataformação e datificado são um pano de fundo que, somado a fatores políticos e sociais, forjam, conforme nosso entendimento, a constituição de um novo espaço público midiaticizado. Certamente, um processo em curso, com as indefinições próprias dos fenômenos em desenvolvimento.

### **Democracia Midiaticizada: tecnologia e racionalidade neoliberal no debate público**

No cenário atual, hiperconexão e digitalização da vida resvalam na datificação das relações, com a conversão da ação social em dados em rede quantificados. Desenvolvida a partir de uma racionalidade neoliberal, a datificação é regida por lógicas eminentemente

econômicas, que contribuem para a radicalização dos processos da alta modernidade. Nesse contexto, os metadados formam a moeda corrente (Van Dijck, 2017) e as mínimas experiências da vida humana adquirem status de valor. Trata-se de uma nova ordem social fundamentada na capitalização das relações e comportamentos, com efeitos diretos na democracia.

A Democracia na perspectiva deliberativa, de raiz habermasiana, é um sistema pautado na participação que deve envolver os atores atingidos pelas decisões a serem tomadas. Nesse sentido, a participação não pode se restringir a formalidades constitucionais ou governamentais, e deve ser estendida aos mais distintos ambientes e instituições (Domingues-da-Silva; Barros, 2013). O Estado democrático seria, assim, uma contradição em si, cujo princípio está na ideia de um poder que não pertence a ninguém e que não pode ser monopolizado por nenhuma competência.

No contexto atual, vivemos um movimento de involução da democracia, segundo Rancière (2014), em que os estados que se denominam democráticos são, isto, sim, oligarquias que implicam na rejeição ao poder do povo. É também o que argumentam Dardot e Laval (2016), que identificam a racionalidade neoliberal regendo o espaço público contemporâneo.

A racionalidade neoliberal tem na sua norma fundamental a competição mortífera que modela a vida social e é introjetada nos indivíduos pelo capital e pelo mercado (Dardot; Laval, 2016). Citando Michael Foucault, Brown (2019) complementa que na racionalidade neoliberal, os princípios do mercado se tornam os princípios do governo, além de circular em instituições na sociedade como escolas e locais de trabalho.

Esses princípios tornam-se princípios de realidade que saturam e governam cada esfera da existência e reorientam o próprio *homo economicus*, transformando-o de um sujeito da troca e da satisfação de necessidades (liberalismo clássico) em um sujeito da competição e do aprimoramento do capital humano (neoliberalismo) (Brown, 2019, p. 30-31).

Para a autora, a racionalidade neoliberal prepara o terreno para mobilizar e legitimar as forças antidemocráticas desta segunda década do século XXI, que culminam no que Castells (2018) e Mounk (2019) chamam de crise da democracia liberal. A crise na legitimidade política, junto à crise econômica, ocupam o cerne da questão.

Para Almeida (2018), para o regime neoliberal se faz necessário um processo de desdemocratização, isto é, a democracia é um detalhe prescindível para o neoliberalismo, sendo necessário atuar na retirada progressiva da possibilidade de decisões democráticas a fim de manter a ordem econômica.

Temos, assim, a configuração atual de uma crise da democracia liberal, democracia essa cujo modelo omite distinções fundamentais entre liberalismo, democracia e instituições, de modo a não permitir identificar separação entre democracia e liberalismo (Mounk, 2019).

Neste cenário de crise democrática, a Internet se expandiu em números de acesso à rede e em impactos na sociedade, mas distintamente do que foi em sua origem. 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, dando ascensão a

títulos como *The People Vs Tech: How the Internet is Killing Democracy (and how We Save It)*, de James Bartlett e a conceitos como colonialismo de dados (Mejías; Couldry, 2019) e capitalismo da vigilância (Zuboff, 2015), entre diversos outros.

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 algumas exceções, muito por conta de limitações geográficas que não acompanham os âmbitos transnacionais em que essas empresas operam.

Ante um espaço público digitalizado e midiático, falar em democracia na contemporaneidade trata-se de uma desmesura para alguns, considerando-se as lógicas capitalistas vigorantes na sua manifestação neoliberal atual e a ascensão de extremistas no poder em diversos países do mundo (Mounk, 2019).

A democracia é midiática uma vez que tudo é midiático e datificado. Gradativamente, as tecnologias digitais assumiram maior papel na sociedade e, conseqüentemente, na vida política, assim como foram sendo alteradas as perspectivas para encarar esse fenômeno. Das operações bancárias aos relacionamentos amorosos, do plebiscito às mobilizações de rua, a vida humana midiática foi sendo posicionada em sistemas numéricos cada vez mais complexos e, para alguns grupos, cada vez mais rentáveis.

As operações na rede foram sendo sedimentadas a partir de lógicas mercantis e extração de dados. A digitalização progressiva da vida privada e das interações sociais se efetiva no cotidiano, assim como a mediação tecnológica crescente da vida pública, isto é, daquele âmbito da vida em sociedade que tem a ver com os assuntos ou negócios públicos, com o regime de funcionamento da comunidade política e com a sua forma institucional, o Estado (Gomes, 2018, s.p.).

Esteves (2007) ressalta que a internet deve ser vista para além das suas potencialidades pró-democracia. “(...) como sabemos, em certas circunstâncias a interação associada à Internet não chega sequer a adquirir uma espessura política, ou pode mesmo assumir uma acentuação politicamente negativa” (Esteves, 2007, p. 38).

Formatos, técnicas e políticas comunicacionais têm sido adotadas em todo o mundo por atores políticos, com alguns traços comuns especialmente empregados pela extrema direita. Entre as características principais está o fomento à comunicação direta via redes sociais e o apoio de muitas práticas na desinformação.

Recursos da tecnologia digital são usados para acentuação de processos desinformativos e 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 midiática da própria democracia. Na sociedade contemporânea, a esfera pública midiática fez reverberar até agora mais velhas práticas do que novas, com dilemas e contradições que ficam cada vez mais evidenciados.

### **Tecnologia digital e democracia: casos emblemáticos**

García-Orosa (2021) classifica quatro ondas da chamada democracia digital. Para a autora, a primeira onda se dá nos anos de 1990, no início da presença de atores políticos online, mas sem substantivas mudanças na comunicação; a segunda ocorre entre 2004 e 2008, com a consolidação das redes e aumento do engajamento da audiência; a terceira onda

começa a se formar, para a pesquisadora, a partir das eleições de Barack Obama, com o uso de big data e micro segmentação; enquanto a quarta onda se configuraria a partir da campanha do Brexit e do escândalo de vazamento de dados da Cambridge Analytica, em 2016, assim como o uso mais central da Inteligência Artificial.

Esses marcos são uma possível classificação de diferentes fases e circunstâncias que gradualmente transformaram a relação da sociedade com as tecnologias, com a política e com a democracia. Como parte dessa última fase pontuada por García-Orosa, que seria a que vivemos, podemos inserir a eleição estadunidense de Donald Trump, em 2016, e a eleição de Jair Bolsonaro no Brasil, em 2018, como marcos no modelo interacional vigente.

Quando candidato à presidência na primeira disputa de Trump, o Twitter se consolidou como principal veículo de comunicação com o seu público. No caso brasileiro, a campanha presidencial bolsonarista de 2018 também privilegiou as redes sociais digitais, numa atuação que transcende o processo eleitoral, com práticas de desinformação e automatização de mensagens e disseminação de discursos de ódio que tomaram corpo a cada dia.

Para além das campanhas eleitorais, os perfis de políticos em sites de redes sociais têm se consolidado como canais oficiais de comunicação entre governantes e cidadãos. Essa tendência de uma comunicação direta, que dispensa a mediação dos meios e profissionais de comunicação, contribui para um modelo que tanto deslegitima a grande mídia quanto conquista espaço nela, pautando debates e produtos jornalísticos.

Em um processo de retroalimentação, o discurso entre pares baseia-se justamente na crítica realizada aos veículos tradicionais, encarados como grandes opositores do governo. No limite, há uma tentativa de descaracterização dos meios de massa enquanto fontes confiáveis, que coloca em dúvida a legitimidade dos padrões do jornalismo.

Ao mesmo tempo, os sentidos que circulam pelos ambientes digitais, muitas vezes repletos de desinformação e discursos de ódio, podem ganhar repercussão suficiente para ganhar relevância pública, colocando profissionais e meios de comunicação em um dilema. Nos dois casos citados anteriormente, 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. Assim, os espaços de mídia foram preenchidos sem necessidade de esforço e o atrevimento de Trump de aprofundar a lógica xenófoba tomou proporções globais, repercutindo o que muitos pensavam (Mounk, 2019; Castells, 2018).

Diante do contexto em que os meios digitais se constituem como canais oficiais e concentram atenção pública, à revelia da veracidade das informações, os profissionais da mídia não sabem ao certo se devem ou não comentar tais declarações. Aos poucos, foi se demonstrando que qualquer manifestação, reprodução e repercussão, favorável ou contrária, resultava em mais engajamento e amplificação dos conteúdos.

A própria mídia, enquanto instituição, não construiu ainda padrões satisfatórios para lidar com essa situação, portanto, não pode oferecer orientação porque não possui lógicas estabelecidas. Os processos de midiática da política levam a uma reconstrução das lógicas que decorre de tentativas de participantes externos, mas também da ação experimental de atores do próprio campo social da mídia.

Conforme as experimentações são realizadas, os atores constroem e compartilham conhecimento que permite avaliar os resultados da conduta adotada em uma determinada situação, criando novos padrões. Esse processo de aprendizagem pôde ser percebido nas

eleições estadunidenses de 2020, em que três canais de televisão tomaram a decisão inédita de interromper a transmissão, no dia cinco de novembro de 2020, de um discurso do presidente que levaria à desinformação, no qual Trump questionava o processo eleitoral durante a contagem de votos.

Grandes plataformas de redes sociais que foram meios prioritários de comunicação para Trump durante as campanhas eleitorais de 2016 e 2020, bem como nos anos de governo deste intervalo, mostram que ainda não encontraram soluções para lidar com os prejuízos gerados ao debate público, embora desenvolvam experiências tentativas nesse sentido. Em 2020, Twitter e Facebook removeram postagens ou identificaram com alerta de desinformação e conteúdo duvidoso as mensagens do então presidente, relacionadas à pandemia (Trump..., 2020; Pela..., 2020).

No entanto, foi apenas diante de uma situação extrema que optaram por medidas mais contundentes. As contas pessoais de Donald Trump no Twitter, Facebook e Instagram foram suspensas temporariamente por 12 horas no dia seis de janeiro de 2021 por incentivar seus apoiadores a uma ação contestatória contra a vitória de Joe Biden que culminou na invasão do Capitólio enquanto o senado americano fazia a contagem oficial de votos, resultando na morte de cinco pessoas.

Em declarações posteriores, Trump se referiu aos invasores de forma positiva, insistiu em deslegitimar o processo eleitoral e afirmou que não compareceria à posse de Joe Biden. Entendendo que o acesso dele às redes sociais digitais era um risco de incitação à violência, demonstrava a intenção de desestabilizar a transição pacífica do poder e ameaçava um governo democraticamente eleito, Facebook e Instagram optaram pela suspensão das contas indefinidamente - pelo menos, até o fim da transição presidencial. O Twitter, por sua vez, suspendeu permanentemente o perfil por entender que o ex-presidente violou, reiteradamente, as normas da plataforma, como incentivar a violência (Marinho, 2021).

Como experiências tentativas típicas da mídiatização, não é possível afirmar que tais medidas terão os resultados desejados. Por um lado, Trump perde potencial de circulação em três redes sociais relevantes para o debate público online já que, apenas no Twitter, contava com mais de 88 milhões de seguidores. Por outro, é possível que seus discursos circulem em espaços restritos, menos plurais e, portanto, menos expostos a possíveis contraposições e questionamentos.

O ex-presidente convidou apoiadores a acompanharem seu perfil na plataforma de rede social *Parler*, conhecida por concentrar usuários da extrema-direita. Google, Amazon e Apple retiraram de suas lojas o aplicativo com a justificativa de que carece de políticas de moderação de conteúdo danoso ou violento (Apple..., 2021). Longe dos olhos da moderação das empresas ou da vigilância de jornalistas e opositores, as mensagens de Trump podem passar por uma escalada extremista.

Ainda, destacamos que o acontecimento do Capitólio desencadeou tais ações. Embora cuidados como exclusão de mensagens e identificação de conteúdo duvidoso tenham sido recentemente implantados, todos os questionamentos anteriores do ex-presidente ao processo eleitoral, sem nenhuma prova, não foram considerados graves o suficiente para que uma decisão semelhante fosse tomada. Essa postura foi assumida para conter possíveis episódios violentos e pela ameaça clara de perturbação na transição do presidente democraticamente eleito; e não para desacelerar a propagação de discurso de ódio e desinformação que circulam pelo tecido social e vão minando, aos poucos, a democracia,

com a convivência das corporações que transformaram as relações já estabelecidas entre mídia e política, criando novos desafios.

Por fim, o comércio de dados alcançou novas dimensões no fazer político, desde o escândalo da Cambridge Analytica, nos Estados Unidos (Cadwalldr; Graham-Harrison, 2018), com fortes impactos para o processo eleitoral e para a democracia. Uso de dados sem autorização e conhecimento de eleitores para fins políticos formaram um modelo de atuação exportado para outros países que, só aos poucos, vai sendo esclarecido.

As lógicas tentativas próprias da mídiatização 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.

Sem grandes mudanças desde o pleito estadunidense de 2016 no que tange às práticas comunicacionais, houve nos últimos cinco anos agravamento da desinformação e dos discursos de ódio, pouca alteração na regulação dos oligopólios transnacionais midiáticos e uma acentuação da tendência política extremista e neoconservadora por parte do eleitorado. O fenômeno da Mídiatização parece estar relacionado a novos capítulos na crise da Democracia Liberal, formatando uma Democracia Mídiatizada cada vez menos democrática, tolerante e plural.

Recebido em: 21 jan. 2023

Aceito em: 22 fev. 2023

## Referências

ALMEIDA, S. Neoconservadorismo e liberalismo. In: SOLANO, E. (org.). **O ódio como política**. A reinvenção das direitas no Brasil. Boitempo, 2018.

APPLE retira de sua loja aplicativo Parler que atraiu apoiadores de Trump. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 9 jan. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2021/01/apple-retira-de-sua-loja-aplicativo-parler-que-atraiu-apoiadores-de-trump.shtml>>. Acesso em 11 jan. 2021.

AVRITZER, L; COSTA, S. **Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública**: Concepções e Usos na América Latina. Dados: Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 47, n. 4, 2004.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. (Org.). **Mediação & Mídiação**. 1ed. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012, p. 31-52.

\_\_\_\_\_. Lógicas da mídia, lógicas da mídiação? In: FAUSTO NETO, A; ANSELMINA, N R; GINDIN, I L. (Org.). **Relatos de investigaciones sobre mediaticiones**. 1ed. Rosário, Argentina: UNR Editora, 2015, v. 1, p. 15-32.

BROWN, W. **Nas ruínas do Neoliberalismo**. Santos: Filosófica Politeia, 2019.

CADWALLADR, C.; GRAHAM-HARRISON, E. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. **The Guardian**. 17 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridgeanalytica-facebook-influence-us-election>>. Acesso em 13 de mai. 2020.

CARLÓN, M. Crisis de la democracia representativa? Mediatición y circulación. In: Paulo César Castro (org.). **Mídiação e reconfigurações da democracia representativa**. 1 ed. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2019, p. 19-39.

CASTELLS, M. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

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

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

DOMINGUES-DA-SILVA, J.; BARROS, C. O Que Significa “Democratização da Comunicação”? Limites e possibilidades de enquadramentos teóricos a partir de modelos de democracia. In: **Revista Política Hoje**. v. 22, n. 1, Recife, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/view/3774>>.

ESTEVEVES, J. **Internet e Democracia**: Estado e Sociedade Civil perante os novos desafios da comunicação política. *Media & Jornalismo*, (10), p. 33-42, 2007.

GARCÍA-OROSA, B. Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy. **Profesional de la información**, v. 30, n. 6, 2021.

GIDDENS, A. Risco, confiança e reflexividade. In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. **Modernização reflexiva**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

GOMES, W. **A democracia no mundo digital**: histórias, problemas e temas. Coleção Democracia Digital. São Paulo: Edições Sesc SP, 2018. *E-book*.

GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre a datificação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. **Revista Eptic**. Vol. 22, nº 1, jan-abr, 2020.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

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

\_\_\_\_\_. Da mediação à mídia: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 2, n. 3, 2015. P. 51-62.

MARINHO, Will. Twitter suspende a conta de Donald Trump permanentemente. **CNN Brasil**, São Paulo, 8 jan. 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/2021/01/08/twitter-suspende-a-conta-de-donald-trump-permanentemente>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

MEYEN, M; THIEROFF, M.; STRENGER, S. Mass media logic and the mediatization of politics: a theoretical framework. **Journalism Studies**, v. 15, n. 3, 2014, p. 271-288.

MEJÍAS, U.; COULDRY, N. Colonialismo de datos: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. In: *Virtualis*, 10 (18), p. 78-97, 2019. ISSN 2007-2678.

MIÈGE, B. O pensamento comunicacional na contemporaneidade. In: **Líbero**, v. 12, n. 23, p. 9-18, São Paulo, jun. de 2009.

MOUNK, Y. **O povo contra a democracia**: por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

PAPAKYRIAKOPOULOS, O.; HEGELICH, S.; SHAHREZAYE, M.; SERRANO, J. Social media and microtargeting: Political data processing and the consequences for Germany. In: *Big Data & Society*. Vol 5. Issue 2. Jul-Dez, 2018.

PELA primeira vez, Twitter põe alerta de desinformação em post de Trump. **Folha de S. Paulo**, 26 maio 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/05/pela-1a-vez-twitter-poe-alerta-de-desinformacao-em-post-de-trump.shtml>>. Acesso em 11 jan. 2021.

RANCIÈRE, 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: an analysis of the mediatization of politics. **Press/Politics**, v. 13, n. 3, 2008, p. 228-246.

STRÖMBAK, J.; ESSER, F. Introduction: making sense of the mediatization of politics. **Journalism Studies**, v. 15, n. 3, 243-255, 2014.

TRUMP é advertido por Twitter e Facebook por menosprezar covid-19. **Veja**, 06 out. 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/trump-e-advertido-por-twitter-e-facebook-por-menosprezar-covid-19/>>. Acesso em 11 jan. 2021.