

A interação mediada na era digital¹

Mediated interaction in the digital age

JOHN B. THOMPSON*

University of Cambridge, Department of Sociology. Cambridge – Cambridgeshire, Reino Unido

RESUMO

Em *A mídia e a modernidade*, Thompson desenvolve uma teoria interacional dos meios de comunicação que distingue três tipos básicos de interação: 1) interação face a face; 2) interação mediada; e 3) quase-interação mediada. À luz da revolução digital e do crescimento da internet, este artigo apresenta um quarto tipo: a interação mediada on-line. Baseando-se na distinção de Goffman entre as regiões frontais e as de fundo, Thompson mostra como a quase-interação mediada e a interação on-line mediada criam novas oportunidades para o vazamento de informações e conteúdos simbólicos das regiões secundárias para as frontais, com consequências que podem ser embaraçosas, prejudiciais e, por vezes, extremamente perturbadoras.

Palavras-chave: Comunicação, interação, mídia, visibilidade, informantes

ABSTRACT

In *The media and modernity*, Thompson develops an interactional theory of communication media that distinguishes between three basic types of interaction: 1) face-to-face interaction, 2) mediated interaction, and 3) mediated quasi-interaction. In the light of the digital revolution and the growth of the internet, this paper introduces a fourth type: mediated online interaction. Drawing on Goffman's distinction between front regions and back regions, Thompson shows how mediated quasi-interaction and mediated online interaction create new opportunities for the leakage of information and symbolic content from back regions into front regions, with consequences that can be embarrassing, damaging and, on occasion, hugely disruptive.

Keywords: Communications, interaction, media, visibility, whistleblowers

¹ Versão do artigo publicado em *Theory, Culture & Society*, Thousand Oaks, nov. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/0263276418808592>. Tradução: Richard Romancini.

* Professor de Sociologia na University of Cambridge e associado ao Jesus College, Cambridge. E-mail: jbt1000@cam.ac.uk

EM *A MÍDIA E A MODERNIDADE*, procuro demonstrar que o desenvolvimento dos meios de comunicação desempenhou papel mais fundamental na formação das sociedades modernas do que muitos estudiosos das ciências sociais reconheceram (Thompson, 1995). Também me propus a desenvolver uma teoria social da mídia que fizesse justiça ao caráter transformador dos meios de comunicação. No meu entender, essas preocupações permanecem tão relevantes hoje quanto quando escrevi *A mídia e a modernidade*, no início dos anos 1990, e a teoria da mídia que desenvolvi nesse livro se sustenta até hoje. No entanto, é indubitável que o ambiente de informação e comunicação de nossas sociedades mudou significativamente desde aquela época. A revolução digital, que estava apenas começando a se fazer sentir naquele momento, se desenvolveu em uma dimensão vertiginosa, e as rápidas ascensão e evolução da internet e das muitas formas de comunicação móvel e em rede deixaram intocadas poucas áreas de nossas vidas sociais e políticas. Portanto, é apropriado revisitar a teoria da mídia delineada há mais de vinte anos em *A mídia e a modernidade* e pensar nas revisões necessárias à luz da revolução digital. Esse é o objetivo deste artigo. É claro que, em um pequeno artigo, posso apenas esboçar uma linha de reflexão que precisará ser desenvolvida com mais detalhes em outro lugar.

A ASCENSÃO DA INTERAÇÃO MEDIADA

A intenção de *A mídia e a modernidade* era desenvolver um modo de pensar sobre a mídia que fosse profundamente social, ou sociológico, em substância e que tratasse o desenvolvimento dos meios de comunicação como parte fundamental e constitutiva da formação das sociedades modernas. Ao desenvolver esse modo de pensar, não defendia uma abordagem centrada na mídia: ao contrário, argumentava que os meios de comunicação são apenas um dos vários fatores importantes que moldam a formação das sociedades modernas e que eles próprios só podem ser entendidos adequadamente em termos sociológicos. Desenvolvi uma teoria particular dos meios de comunicação – que chamei de *teoria interacional* da mídia. A ideia básica dessa teoria é que se você quiser entender os meios de comunicação e seu impacto, deve analisá-los em relação aos tipos de *ação e interação* que eles tornam possíveis e criam. Eles não devem ser analisados isoladamente, em termos de suas propriedades intrínsecas, à maneira de, digamos, Innis e McLuhan, mas devem ser analisados em relação às formas de ação e interação que o seu uso provoca.

Desse modo, a primeira pergunta que precisamos fazer sobre os meios de comunicação é: o que está envolvido no uso da mídia para se comunicar

e interagir com os outros? Para responder a essa questão, devemos começar rejeitando a ideia intuitivamente plausível de que os meios de comunicação apenas transmitem informação e conteúdo simbólico a indivíduos cujas relações mútuas permanecem essencialmente inalteradas. Devemos, em vez disso, ver que o uso dos meios de comunicação está relacionado à *criação* de novas formas de ação e interação, *novos* tipos de relações sociais e *novas* formas de relacionamento com os outros e consigo mesmo. Então, de quais tipos de ação ou interação estamos falando aqui?

Em *A mídia e a modernidade* (Ibid.), distingi três tipos básicos de interação. Ainda acredito que foi um bom deslocamento teórico, mas hoje adicionaria um quarto tipo por razões que explicarei a seguir.

O primeiro tipo de interação que distingi em *A mídia e a modernidade* é o que podemos chamar de *interação face a face*. Possui três características específicas: 1) ocorre em um contexto de copresença, num cenário espaço-temporal comum; 2) é de caráter dialógico, no sentido de que envolve, pelo menos potencialmente, um fluxo bidirecional de informação e comunicação; e 3) mobiliza uma multiplicidade de sinais simbólicos – gestos e expressões faciais, bem como palavras, cheiros e toques (pelo menos potencialmente) e outros sons e sinalizações visuais.

O segundo tipo de interação é o que chamo de *interação mediada* – o exemplo perfeito aqui é a conversa telefônica, embora também inclua as cartas e uma boa parte do que fazemos agora com o e-mail. Envolve o uso de um meio técnico de comunicação que permite que as informações ou os conteúdos simbólicos sejam transmitidos para indivíduos que estão distantes no espaço ou no tempo, ou em ambos. Assim, as características espaciais e temporais da interação mediada são bastante diferentes daquelas da interação face a face. A interação mediada é *estendida* no espaço e no tempo, de modo que os indivíduos podem interagir uns com os outros, mesmo que não compartilhem um ambiente espacial-temporal comum. A interação mediada é de caráter dialógico, mas geralmente envolve certa limitação nas possibilidades de sinalizações simbólicas. É possível notar que a interação mediada é estruturalmente diferente da interação face a face ao se comparar uma conversa telefônica com uma cara a cara. Em uma conversa deste tipo, utiliza-se ampla gama de sinais simbólicos, expressões faciais e gestos, bem como falas, enquanto na telefônica há apenas a palavra oral e o interlocutor deve falar ou emitir um fluxo constante de mensagens fáticas para garantir que ele ou ela ainda está na linha e prestando atenção – *sim, uh-hum, uh-hum* etc. Sem tais mensagens, a interação corre o risco de ser interrompida.

D

A interação mediada na era digital

O terceiro é o que chamo de *quase-interação mediada* – forma de interação criada pelo tipo de mídia que antes era chamada de *comunicação de massa*, como os livros, os jornais, o rádio, a TV e assim por diante. O termo *comunicação de massa*, entretanto, é enganoso e é melhor deixá-lo de lado. Como a interação mediada, a quase-interação mediada também envolve a extensão das relações sociais no espaço e no tempo e produz certa restrição no leque de pistas simbólicas. Mas ela difere da interação mediada em dois aspectos centrais: primeiro, é de caráter monológico, no sentido de que o fluxo de comunicação é em grande parte unidirecional (daí a *quase-interação*); e segundo, é orientada a um espectro indefinido de potenciais destinatários – ou seja, é aberta, ao contrário de uma conversa telefônica, que é ponto a ponto, isto é, orientada para uma pessoa específica do outro lado da linha. Contudo, o aspecto importante do argumento é destacar aqui que o nosso envolvimento com a mídia, como os jornais e a TV, é uma *forma de interação*: quando se assiste à televisão ou se lê um jornal ou livro, não se está apenas *recebendo* ou *consumindo* um produto de mídia, mas penetra-se em um tipo distinto de interação social com outras pessoas que estão distantes no espaço e talvez também no tempo.

Essas são as três formas de interação que distingui em *A mídia e a modernidade*, mas agora, à luz da revolução digital e do expressivo crescimento da internet e de outras formas de comunicação em rede, adicionaria um quarto tipo – que vou chamar simplesmente de *interação mediada on-line*. O que quero captar com esse conceito são as novas formas de ação e interação que foram criadas pela comunicação mediada por computador que ocorre em ambientes on-line. Quando digo que é *comunicação mediada por computador*, não quero dizer que ela esteja restrita a computadores de mesa ou *laptops* – não é o dispositivo que importa aqui, e sim a forma de interação criada pela comunicação mediada por computador. Pode ocorrer em *smartphone*, *tablet* ou outro dispositivo móvel – o *smartphone* também é um computador e, de certa forma, até mais importante para entender as novas formas de interação criadas pela comunicação mediada por computador e sua cada vez mais difusa presença na vida cotidiana.

Quais são as propriedades dessa nova forma de interação? Como outras formas de interação mediada, esta envolve a extensão das relações sociais através do espaço e do tempo e certo estreitamento no leque de pistas simbólicas. Mas difere dos outros dois tipos de interação mediada em dois aspectos-chave: diferentemente da quase-interação mediada, é de caráter dialógico; e, ao contrário da interação mediada (por exemplo, conversas telefônicas), é orientada para uma multiplicidade de outros destinatários – é de muitos para muitos, e não de um para um.

Os sites de redes sociais (SRS) são o cenário perfeito para esse tipo de interação mediada: no Facebook, no Twitter, no YouTube e em outras plataformas de mídia social, os indivíduos criam ou mantêm relações sociais com outras pessoas distantes, algumas das quais conhecem em contextos de interação face a face, mas muitas delas apenas por intermédio do site de mídia social. Uma característica específica desses sites é que permitem aos usuários tornarem visíveis não apenas seus perfis, mas também suas redes sociais, de modo a possibilitar que os indivíduos façam conexões que não poderiam ser feitas de outra forma, com uma multiplicidade de outras pessoas (boyd; Ellison, 2008). O caráter dos relacionamentos que os usuários mantêm e as interações que têm com os diferentes *amigos* ou *seguidores* no Facebook e sites semelhantes são moldados tanto pelas propriedades da plataforma que usam – suas “*affordances*”, para usar o feliz termo de Gibson (1979) – quanto pelo grau em que essas relações e interações estão ligadas a esse meio (seu relacionamento com alguém conhecido apenas pelo Facebook é muito diferente do relacionamento com alguém com quem também se interage face a face em locais compartilhados da vida cotidiana). Em outras palavras, o Facebook e os outros SRS facilitam uma forma distinta de interação social on-line, criando uma rede em constante expansão de relacionamentos sociais caracterizada por graus variados de familiaridade, fragilidade e pela troca de conteúdo simbólico em múltiplos formatos e modalidades – mensagens, comentários, fotos, vídeos, feeds de notícias etc. – que é disponibilizado para outras pessoas com diversos graus de abertura e limite.

Podemos, agora, precisar os quatro tipos de interação e fazer distinções entre eles usando quatro características principais: 1) a constituição espaço-temporal; 2) a variedade de pistas simbólicas; 3) o grau de interatividade; e 4) a orientação para a ação. O Quadro 1 resume as propriedades interacionais desses quatro tipos de interação usando essas características. A interação face a face situa-se em um contexto de copresença e é orientada para outros coparticipantes que compartilham o mesmo âmbito espaço-temporal; é de caráter dialógico e pode usar toda a gama de deixas simbólicas. Ao contrário dela, todas as três formas de interação mediada se estendem no espaço, e possivelmente também no tempo, e todas envolvem certo estreitamento no espectro de sinais simbólicos – mas em outros aspectos eles diferem entre si. Tanto a interação mediada quanto a on-line mediada são de caráter dialógico (pelo menos potencialmente), enquanto a quase-interação mediada é monológica; e a orientação de ação de cada uma é diferente: a interação mediada é de um para um, a quase-interação mediada é de um para muitos e a interação mediada on-line é de muitos para muitos.

QUADRO 1 – Quatro tipos de interação

Tipos de interação	Constituição espaço-temporal	Gama de pistas simbólicas	Grau de interatividade	Orientação da ação
Interação face a face	Contexto de copresença	Completa	Dialógica	Outros em copresença
Interação mediada	Estendida no espaço e no tempo	Limitada	Dialógica	Um para um
Quase-interação mediada	Estendida no espaço e no tempo	Limitada	Monológica	Um para muitos
Interação mediada on-line	Estendida no espaço e no tempo	Limitada	Dialógica	Muitos para muitos

Fonte: Elaboração do autor

Tendo especificado esses quatro tipos de interação, permitam-me acrescentar, imediatamente, quatro importantes qualificações e esclarecimentos. Primeiro, não quero sugerir que essa tipologia é fixa para todos os tempos ou que as linhas de demarcação entre os diferentes tipos de interação são sempre claras – elas não são. As tecnologias estão constantemente mudando e, conforme se alteram, também mudamos nossas maneiras de usá-las para interagir e nos comunicarmos com os outros. Além disso, tecnologias ou aplicativos específicos podem esmaecer os limites entre essas formas de interação, permitindo que os indivíduos interajam de modos que agrupam características de tipos diferentes. No entanto, é útil, a meu ver, distinguir esses tipos diferentes, porque nos permite ver que o uso de tecnologias de comunicação envolve *a criação de novas formas de ação e interação* e nos possibilita delimitar a atenção nas formas cruciais nas quais esses modos de ação e interação diferem uns dos outros. O objetivo aqui não é apresentar uma tipologia definitiva, mas delinear uma maneira de pensar sobre os meios de comunicação e sua conexão com as formas de ação e interação que podem ser desenvolvidas e revisadas à medida que as tecnologias de comunicação evoluem.

O segundo ponto é que, ao apontar as distinções entre esses quatro modos de interação, não quero sugerir que cada instância concreta de interação na vida cotidiana reflita um deles. Nos contextos reais da vida cotidiana, esses tipos diferentes de interação frequentemente estão entrelaçados de maneiras complexas e os indivíduos estão constantemente se movendo entre eles, ou mesmo interagindo de várias maneiras simultaneamente – por exemplo, você pode estar assistindo à TV e se envolver numa conversa face a face com um amigo ou membro da família ao mesmo tempo, e enquanto faz isso, seu telefone celular pode tocar e outra conversa é iniciada simultaneamente. Isso

é, na verdade, bastante comum: muitas pessoas agora vivem em ambientes ricos em mídia – o que Madianou e Miller (2012) chamam de “polimídia” – onde diferentes meios de comunicação existem lado a lado e em relação uns com os outros e nos quais os indivíduos alternam continuamente entre eles, escolhendo qual meio usar dependendo, em parte, do tipo de interação e relacionamento interpessoal que desejam iniciar e manter com outros indivíduos distantes. Uma tipologia de formas de interação não pretende ser uma descrição do fluxo real da vida social. Mas um de seus méritos é que ela permite separar as diferentes formas de interação, muitas vezes entrelaçadas no complexo fluxo da vida cotidiana, analisar suas características e explicitar certas semelhanças e diferenças que, de outra forma, seriam difíceis de perceber.

O terceiro ponto é que, embora os SRS ofereçam um cenário perfeito para interação mediada on-line, essa não é a única forma de interação ou comunicação que ocorre nesses sites. Não há correlação direta entre um site ou plataforma, por um lado, e uma forma de interação, por outro. A maioria dos SRS são plataformas multifacetadas que combinam diferentes recursos e aplicativos para permitir que os usuários se comuniquem e interajam com os outros de maneiras variadas (Baym, 2015: 18). Por exemplo, SRS como o Facebook geralmente possuem, além do *feed* de notícias, um recurso de mensagens privadas semelhante ao e-mail, que permite aos indivíduos enviarem mensagens para determinados participantes ou grupos – desse modo, a interação mediada e a interação mediada on-line são facilitadas pela mesma plataforma e os usuários podem mover-se facilmente entre elas. Além disso, o *feed* de notícias, juntamente com o indicador de *status* on-line e o caráter *sempre ligado* da conectividade on-line, pode dar aos usuários uma percepção indireta de outros distantes, mesmo quando não estão interagindo com eles (Madianou, 2016). Muitos SRS também são organizações comerciais que geram receita colhendo dados pessoais dos usuários e vendendo-os para anunciantes que promovem produtos ou serviços, direcionando mensagens para determinados usuários ou grupos. Essas mensagens podem aparecer como anúncios na página inicial de um usuário ou como postagens no *feed* de notícias e podem ser, em termos de aparência, muito semelhantes às postagens de outros membros de uma rede. Terceiros também podem criar *bots* que se conectam a um aplicativo de mensagens como o Facebook Messenger para que, quando um usuário clicar em um anúncio no *feed* de notícias do Facebook ou do Instagram, uma *conversa* com o *bot* seja aberta no aplicativo Messenger. Mas, em termos analíticos, precisamos diferenciar a comunicação promocional desse tipo, mesmo a que assume a forma de uma *conversa* com

D

A interação mediada na era digital

um *bot*, e a interação mediada on-line com os outros participantes de uma rede. A comunicação promocional desse tipo é *interação* em um sentido muito específico: o usuário está recebendo mensagens direcionadas a ele ou ela para fins de venda de produtos ou para atingir algum outro objetivo. Diferencia-se das formas tradicionais de publicidade porque ocorre on-line e é muito mais direcionada, já que os destinatários são selecionados com base nos dados pessoais coletados pelo SRS, mas em termos interacionais é muito semelhante a um anúncio tradicional: é uma comunicação promocional governada por alguma lógica comercial e moldada pelos objetivos das organizações que estão usando as redes para perseguir suas metas. Como forma de interação, difere completamente da interação dialógica entre vários membros de uma rede, mesmo ocorrendo na mesma plataforma e sendo incorporada no mesmo *feed* em que a interação dialógica mediada está acontecendo.

O quarto e último ponto é que os diferentes modos de interação mediada e os meios de comunicação com os quais elas se relacionam estão eles mesmos sempre inseridos em organizações sociais de vários tipos e, como em todas elas, essas organizações são estruturadas de certas maneiras. Assim como a interação face a face sempre acontece em contextos estruturados, ou *campos*, a interação mediada também está sempre presente em organizações que desenvolvem, controlam e disponibilizam, sob certas condições, os meios de comunicação que permitem à interação mediada ocorrer. Quer sejam as empresas de telecomunicações que forneçam as instalações e redes para o uso de telefones, as organizações de mídia que produzam e transmitam programas de rádio e TV ou as empresas de tecnologia que desenvolvam e controlem as plataformas que hospedam as mídias sociais, essas organizações são a infraestrutura social que possibilita e sustenta a interação mediada em suas variadas formas – sem essas infraestruturas, ou algo semelhante a elas, essas possibilidades de interação mediada não existiriam. Essas organizações e os indivíduos que possuem, gerenciam e trabalham para elas têm seus próprios interesses, prioridades e preocupações. Elas fornecem as bases institucionais para o acúmulo intensivo de recursos – econômicos, simbólicos e informacionais – e para o exercício do poder, incluindo o de controlar o acesso aos canais e redes de comunicação, na forma de jornalistas e editores que decidem quais fatos aparecerão nos noticiários ou por meio dos termos e condições aos quais os indivíduos devem aderir ao ingressar em uma rede ou postar uma mensagem on-line.

A tipologia delineada aqui é similar em alguns aspectos às três formas de comunicação observadas por Castells em *O poder da comunicação*, mas também difere em certos aspectos (Castells, 2009: 54-5). Castells distingue entre o que

ele chama de “comunicação interpessoal”, “comunicação de massa” e “autocomunicação de massa”, sendo que essa última, segundo ele, significa

uma nova forma de comunicação interativa [...] caracterizada pela capacidade de enviar mensagens de muitos para muitos, em tempo real ou tempo pré-determinado, e com a possibilidade de usar comunicação entre dois pontos, *narrowcasting* ou difusão para muitos receptores, dependendo dos objetivos e das características da prática de comunicação pretendida. (Ibid.: 55)

Enquanto a noção de comunicação interpessoal de Castells corresponde ao que estou chamando de interação face a face e sua noção de comunicação de massa corresponde ao que chamo de quase-interação mediada, sua noção de autocomunicação de massa combina duas formas de interação que prefiro distinguir – o que chamo de interação mediada e interação mediada on-line. A diferença entre essas duas formas não está em seu caráter dialógico (elas são dialógicas ou interativas, pelo menos potencialmente) ou no meio usado (ambas podem envolver o uso de dispositivos digitais como *laptops* ou telefones celulares, embora a interação mediada possa envolver também o uso de outras mídias, incluindo o tradicional papel-e-caneta), mas sim na orientação para a ação: a interação mediada é orientada para um outro específico, isto é, entre dois pontos, enquanto a interação on-line mediada é orientada para uma pluralidade de outros distantes, ou seja, é aberta. Em minha perspectiva, usar o e-mail para se comunicar com um outro específico é uma forma de interação mediada – não difere, em termos de suas propriedades interacionais básicas, de fazer um telefonema ou escrever uma carta e enviá-la pelo correio: a última forma é muito mais lenta, é claro, e, portanto, está estendida tanto no tempo quanto no espaço, mas as suas propriedades de interação são as mesmas. Contudo, isso é muito diferente em termos interacionais de postar uma mensagem no Facebook ou um *tweet* no Twitter ou um vídeo no YouTube, nos quais a mensagem, o *tweet* ou vídeo está disponível para ser visto respondida, comentado, retweetado, compartilhado etc. por uma pluralidade de outros.

A ORGANIZAÇÃO SOCIAL DA INTERAÇÃO MEDIADA

Tendo distinguido esses quatro tipos de interação, agora quero desenvolver ainda mais a análise, enfocando a organização social desses diferentes tipos. Para fazer isso, vou emprestar a útil distinção de Goffman entre o “palco” ou região frontal (*front region*) e os “bastidores” ou região de fundo (*back*

region) da ação (Goffman, 1969: 109). Qualquer ação ou performance ocorre dentro de uma estrutura interativa particular que envolve certas suposições e convenções, bem como características físicas e outras – mobília, decoração, *adereços*, layout etc. – que são parte do cenário. Um indivíduo que atua dentro dessa estrutura adaptará seu comportamento a ela, buscando projetar uma autoimagem que seja mais ou menos compatível com a estrutura e com a impressão que ele deseja transmitir. Essa estrutura de ação e as características que são acentuadas pelos indivíduos que atuam nela compõem o que Goffman chama de “palco”. As ações e os aspectos do eu que são considerados inadequados, ou que podem desacreditar a imagem que o indivíduo busca projetar, são suprimidos ou colocados nos “bastidores”. Nas regiões dos bastidores, os sujeitos muitas vezes agem de maneiras que conscientemente contradizem as imagens que buscam projetar no palco. Eles também relaxam e baixam a guarda – ou seja, não precisam mais monitorar suas ações e expressões com o mesmo alto nível de reflexividade geralmente utilizado quando atuam na região frontal. Os bastidores são tipicamente separados do palco de alguma forma, de modo que um indivíduo, ao se mover para uma região periférica, pode assumir que estará oculto do público do palco. Em um restaurante, por exemplo, o palco é a área na qual os clientes se sentam e comem, e o bastidor é a cozinha; as regiões são frequentemente separadas por uma porta de vaivém para os clientes não poderem ver o que acontece na região de fundo – nela, garçons e garçonetes podem rir e brincar entre si, reclamar dos clientes e tirar sarro deles, sabendo que o que dizem não será visto ou ouvido por estes.

Podemos utilizar a útil distinção de Goffman para refinar os quatro tipos de interação. No caso de interação face a face, a situação de interação é bastante simples – podemos representá-la como na Figura 1. Há um palco comum no qual os indivíduos interagem e existem várias regiões periféricas nas quais esses indivíduos podem se refugiar, caso desejem. A organização social da interação mediada parece bastante diferente (Figura 2). Aqui, a estrutura interacional é dividida em duas ou mais regiões frontais que estão separadas no espaço e talvez também no tempo. Cada palco tem seus próprios bastidores e na interação mediada cada participante tem que gerenciar a fronteira entre o palco no qual ele ou ela se situa e os bastidores relevantes. Em uma conversa telefônica, por exemplo, um indivíduo pode tentar suprimir sons vindos da região de fundo, como os comentários ou a risada de um amigo – eles poderiam fazer isso fechando uma porta ou indo para outra sala ou retornando a ligação quando estiverem longe da possível interferência do comportamento da região de fundo.

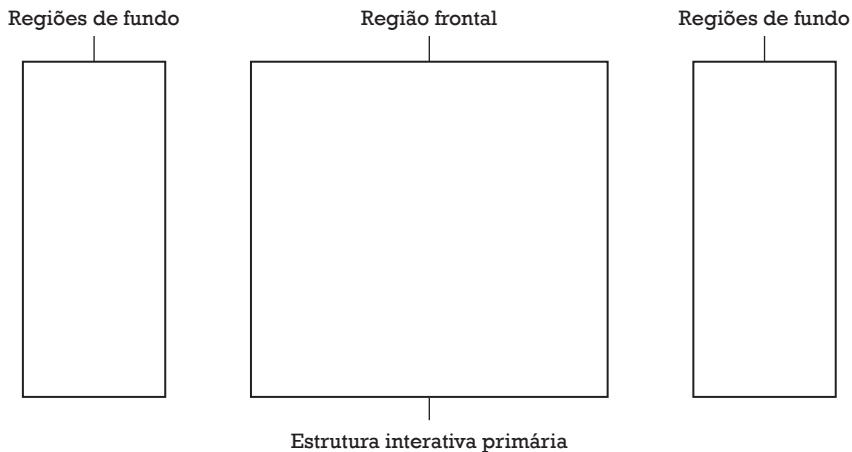


FIGURA 1 – A organização social da interação face a face
 Fonte: Elaboração do autor

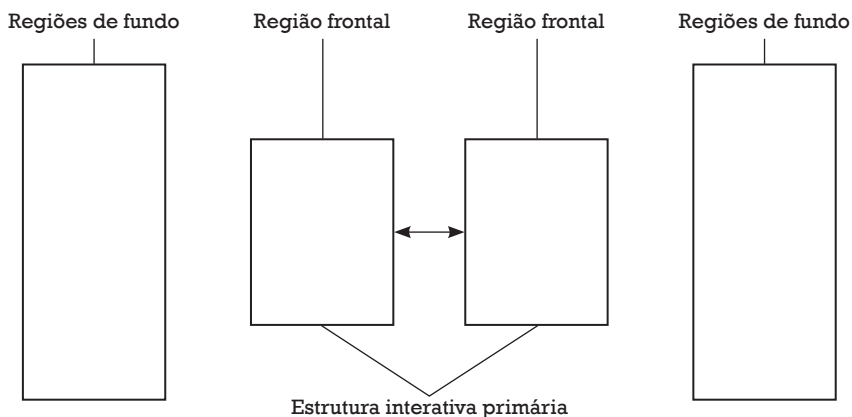


FIGURA 2 – A organização social da interação mediada
 Fonte: Elaboração do autor

Agora vamos comparar com a quase-interação mediada (Figura 3). Aqui, não há região frontal comum; em vez disso, existe um contexto de produção em que há um palco e regiões periféricas, e há uma pluralidade de contextos de recepção espacialmente dispersos, cada um deles com suas próprias regiões frontal e de fundo. No caso da televisão, a região da frente do contexto de produção pode ser a área de um estúdio que é coberta por câmeras e microfones – por exemplo, o painel de figuras públicas em um programa de rádio de atualidades como o *Question Time*, bem como os membros do público que estão no estúdio e podem ter a oportunidade de fazer perguntas ou comentários

ocasionais. Essa região frontal está separada das regiões de fundo, como a sala de controle da produção, a maquiagem e os vestiários, a área de recepção etc. Outras características do estúdio, como a câmera e os *teleprompters*, também são pontos da região periférica, na medida em que estão visíveis somente para os indivíduos situados no contexto da produção. Os membros do painel e do público do estúdio que aparecem nessas regiões frontais do contexto de produção serão visíveis para os indivíduos que estão situados em contextos dispersos de recepção – isto é, em muitos lares, espalhados no espaço e no tempo, onde o programa está sendo assistido. Os indivíduos no estúdio tentarão manejar o modo como eles aparecem e a maneira como falam, conscientes do fato de que estão sendo vistos e ouvidos não apenas pelas outras pessoas no estúdio, mas também por muitos milhares ou mesmo milhões de outros distantes, e vão tentar impedir que o comportamento da região periférica (ou aspectos de seu comportamento) apareça na região frontal. Mas o vazamento do comportamento dos bastidores para a região frontal pode ocorrer com facilidade – esse é um risco constante que deriva da organização social da quase-interação mediada. Muitas vezes as consequências de vazamentos desse tipo são triviais, mas às vezes não são – na verdade, ocasionalmente, podem ser extremamente prejudiciais e perturbadoras.

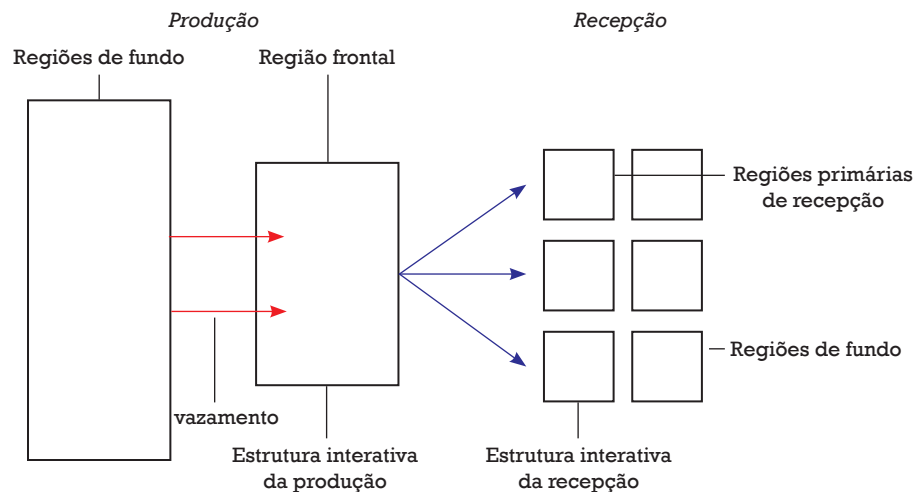


FIGURA 3 – A organização social da quase-interação mediada

Fonte: Elaboração do autor

Vejamos um exemplo. No período que antecedeu as eleições gerais de 2010 no Reino Unido, o então líder trabalhista Gordon Brown estava em campanha em Rochdale, perto de Manchester, no norte da Inglaterra. Durante uma entrevista na

televisão, ele foi confrontado por uma aposentada, Gillian Duffy, sobre os planos do Partido Trabalhista de reduzir o déficit; Brown ignorou-a na ocasião, mas seus assessores acharam que seria uma boa ideia que ele a conhecesse pessoalmente, então organizaram uma caminhada televisiva nos arredores de Rochdale, onde Gillian Duffy morava. O político a encontrou na rua e assentia com cortesia enquanto ela expressava suas preocupações sobre vários assuntos, incluindo suas ansiedades sobre os imigrantes da Europa Oriental – era um comportamento clássico de palco, destinado a mostrar que Brown, um político não conhecido por sua empatia com o público, ouvia os eleitores comuns. Depois, ele retornou ao isolamento de seu carro e fechou a porta: supondo que agora estivesse em uma região segura, baixou a guarda e descreveu Gillian Duffy em termos ríspidos. “Isso foi um desastre – eles nunca deveriam ter me colocado com essa mulher”, disse. “De quem foi essa ideia? Foi simplesmente ridículo”. “O que ela disse?”, perguntou um auxiliar. “Oh, tudo”, respondeu Brown, “ela era apenas uma espécie de mulher fanática”. Mas o que o candidato não percebeu é que ele continuava usando o microfone na lapela ainda ligado, então suas palavras foram capturadas, gravadas e depois reproduzidas no rádio e na televisão para milhões de ouvintes e telespectadores. E ficou pior. Logo após o incidente, Brown entrou em um estúdio da BBC para uma entrevista de rádio ao vivo e, sem aviso prévio, seus antipáticos comentários sobre Gillian Duffy foram reproduzidos na própria entrevista. Quando a escala do desastre de relações públicas começou a despontar para o ex-Primeiro Ministro, ele enterrou a cabeça nas mãos, sem saber que aquela entrevista também estava sendo filmada, e expressou um pedido de desculpas humilhante:

É claro que peço desculpas se disse alguma coisa que tenha sido ofensiva [...]. Você precisa lembrar que estava sendo prestativo às emissoras, com o microfone ligado, correndo para o carro porque precisava ir para outro compromisso. Eles escolheram transmitir minha conversa particular com a pessoa que estava no carro comigo. Sei que essas coisas podem acontecer. Peço profundas desculpas à mulher em questão. (Brown, 2010)

Mas o pedido de desculpas foi em vão – o estrago estava feito. O que Brown pensara que fosse uma região de fundo segura – o carro com as portas e as janelas fechadas – acabou por se revelar insegura, afinal de contas. Em sua pressa para chegar a outro compromisso, ele não percebeu que o microfone ainda estava na lapela e ligado, permitindo que seu comportamento de bastidor fosse registrado e vazasse para a região frontal com terríveis consequências. Esse erro interacional muito básico mostra como é fácil que as coisas resultem desastrosamente erradas no ambiente mediado da política moderna.

Os vazamentos desse tipo são muito frequentes hoje – na verdade, mais comuns do que nunca, graças à revolução digital. Voltarei a isso em breve. Mas antes de fazer isso, vamos analisar a organização social da interação mediada on-line. A organização social da interação mediada on-line pode ser representada como na Figura 4. Aqui temos um conjunto de indivíduos interagindo uns com os outros em suas regiões frontais, que são elas próprias separadas em termos espaciais e talvez também temporais, criando uma forma de interação que é estendida no espaço e no tempo. Cada região frontal tem sua própria região periférica e cada participante da interação tem que gerenciar a fronteira entre elas. A interação é dialógica (por isso as setas apontam em ambas as direções) e cada indivíduo está ligado a outros em uma rede que envolve múltiplos participantes, de modo que cada indivíduo está se orientando em direção a vários outros dispersos no espaço e no tempo. Cada pessoa que participa dessa situação interativa sabe que ele ou ela e seus enunciados, expressões e produtos comunicativos estão disponíveis para uma pluralidade de outros distantes, e cada um sabe que esses outros distantes também podem contribuir para a interação postando comentários ou unindo-se à interação de alguma outra forma.

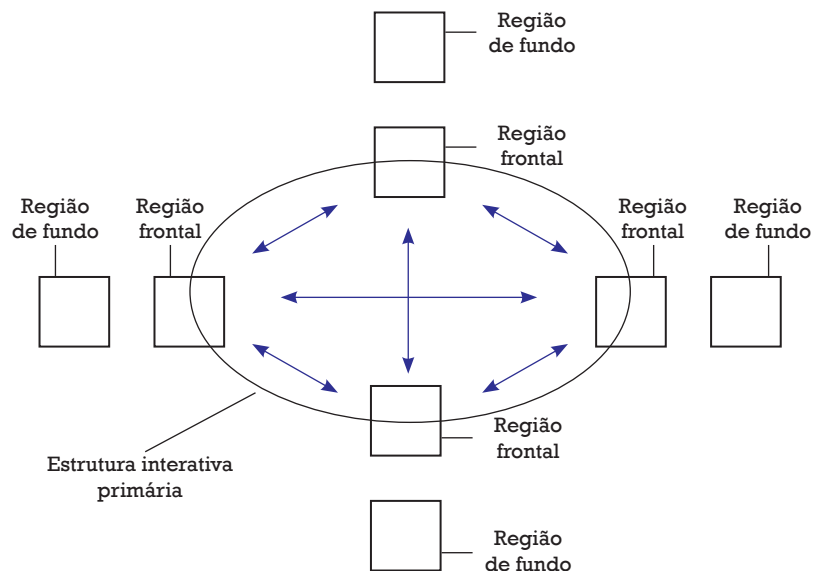


FIGURA 4 – A organização social da interação mediada on-line

Fonte: Elaboração do autor

Vamos agora retornar ao fenômeno dos vazamentos. Vimos que uma forma comum de vazamento é a passagem de conteúdos das regiões secundárias para as regiões frontais da quase-interação mediada, como no caso do comentário da

“mulher fanática” de Gordon Brown, mas o fenômeno é muito mais geral do que isso e está cada vez mais ligado, hoje, a novos conjuntos de atores que emergem no espaço da rede da internet. Um conjunto desse tipo são os blogueiros como Matt Drudge e os sites de fofocas de celebridades como o TMZ, que estão ativamente envolvidos no vazamento de boatos e histórias sobre celebridades, figuras públicas e outros – e não devemos esquecer que Matt Drudge desempenhou um papel crucial em disseminar rumores e histórias sobre o caso Clinton-Lewinsky bem antes de a mídia tradicional estar disposta a cobrir o assunto. Mas também vimos o surgimento de um novo conjunto de atores que poderíamos descrever apropriadamente como *informantes digitais*, como Julian Assange, Chelsea Manning e Edward Snowden. Os informantes digitais são atores que veem o vazamento de informações confidenciais para o domínio público como parte de sua *missão* ou autocompreensão – isto é, como parte de um projeto ou conjunto de crenças políticas. Nesse caso, o vazamento não é uma escorregadela acidental ou não intencional que ocorre quando os limites entre as regiões periféricas e frontais se tornam porosos ou embaçados; ao contrário, é o resultado esperado de uma ação que procura expor atividades que ocorreram secretamente, em bastidores que estavam ocultos, e a ação é animada pela crença de que os outros têm o direito de saber sobre essas atividades secretas. Então, o que vemos acontecer em casos como a divulgação de milhares de documentos diplomáticos confidenciais do Wikileaks em 2010 e a divulgação de milhares de documentos supersegredos da Agência Nacional de Segurança (National Security Agency – NSA) em 2013 por Snowden poderia ser representado na Figura 5. Os websites como o Wikileaks colocam as informações em um domínio público, a partir do qual elas são captadas pelos grandes meios de comunicação e disseminadas para uma gama muito maior de receptores por meio dos canais tradicionais da quase-interação mediada. No caso de informantes digitais como Manning e Snowden, eles podem vazá-los para um website como o Wikileaks, como Manning, ou para a mídia, como aconteceu no caso de Snowden, que entrou em contato com Glenn Greenwald, um jornalista que trabalhava para *The Guardian*, e Laura Poitras, uma documentarista com um histórico de trabalho crítico sobre a vigilância estatal e fortes conexões com a grande mídia. O primeiro artigo baseado nos documentos divulgados por Snowden foi publicado no *The Guardian* em 5 de junho de 2013 e rapidamente divulgado pela grande mídia em todo o mundo. Quando a grande mídia coleta e relata material vazado dessa forma, também dá a ele uma espécie de legitimidade que não teria se fosse apenas uma notícia no Drudge Report ou uma postagem em um site como o Reddit – em outras palavras, dotam esse conteúdo de uma espécie de valor simbólico, para usar o termo de Bourdieu, que deriva do capital simbólico acumulado pelas principais

organizações de mídia, aumentando fortemente o poder simbólico potencial e o potencial perturbador do vazamento. Isso dá a ele uma espécie de credibilidade e visibilidade que, de outra forma, não teria.

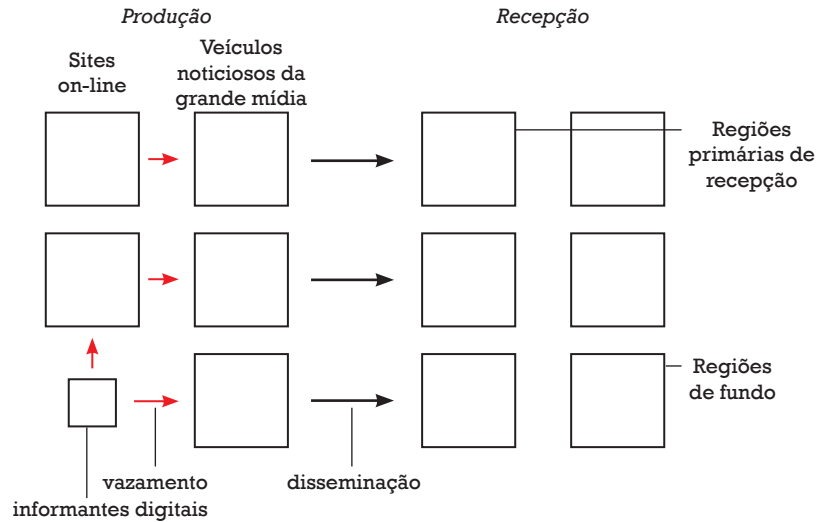


FIGURA 5 – O vazamento de websites (por exemplo, o Wikileaks) e informantes digitais (por exemplo, Snowden) para o domínio público

Fonte: Elaboração do autor

No entanto, para fazer justiça a esse complexo ambiente informativo, conforme ele evolui hoje, precisamos refinar o modelo. Uma representação mais precisa dos fluxos de informações no tipo de ambiente misto de mídia on-line/off-line – ou sistema “híbrido” de mídia, para usar o termo de Chadwick (2013) – no qual vivemos hoje seria semelhante à Figura 6. Ela inclui as organizações de mídia tradicionais como *The Guardian*, *The New York Times*, BBC, CNN etc., websites como Wikileaks, Drudge Report, Reddit, Huffington Post etc., e SRS como Facebook, Twitter e YouTube, e o fluxo de informações de mão dupla entre essas organizações. A situação é complexificada pelo fato de que a maioria das principais organizações de mídia tem uma presença on-line substancial hoje, de modo que não podem ser tratadas exclusivamente como organizações off-line – são organizações de mídia mistas ou híbridas; mas elas são *mainstream* no sentido de que possuem uma presença consolidada e utilizam tanto a mídia tradicional quanto a on-line. No ambiente on-line, os receptores da informação são também, muitas vezes, produtores, de maneiras variadas – eles estão constantemente interagindo com outras pessoas em sites de mídia social, postando comentários, respondendo aos comentários de outras

peças e assim por diante. Dessa forma, o fluxo de informações no ambiente on-line é realmente bidirecional entre sites e plataformas on-line e indivíduos em rede e, de fato, em muitos casos, as plataformas são o principal meio em que ocorre grande parte da interação on-line mediada entre indivíduos em rede; desse modo, a interação não é tanto entre indivíduos e plataformas em rede, mas entre indivíduos em rede via plataformas. No caso das grandes organizações de mídia, o fluxo de informações entre produtores e receptores é, em grande parte, unilateral, como a noção de quase-interação mediada sugere, embora as oportunidades para que os destinatários penetrem nas organizações de mídia *mainstream* sejam agora maiores do que no passado, graças ao fato de que agora muitas dessas organizações têm presença on-line.

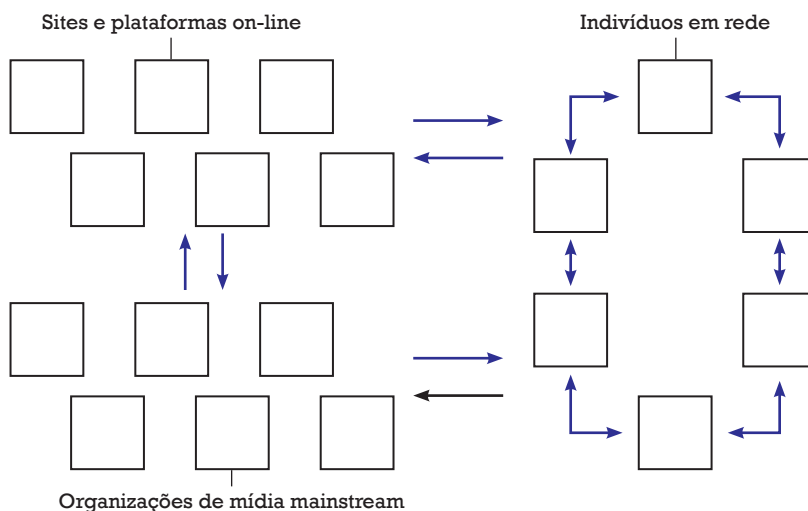


FIGURA 6 – Fluxos de informações em um ambiente misto on-line/off-line

Fonte: Elaboração do autor

A TRANSFORMAÇÃO DA VISIBILIDADE

Ao distinguir os novos tipos de ação e interação possibilitados pelo uso dos meios de comunicação e analisar suas características distintivas, somos capazes de obter uma perspectiva renovada sobre algumas das transformações históricas associadas à ascensão das sociedades modernas. Durante a maior parte da história humana, a maioria das formas de interação social foi face a face. Antes do início do período moderno na Europa, e até bem recentemente em algumas partes do mundo, a comunicação e a troca de informações foram, para a maioria das pessoas, processos que ocorriam exclusivamente em contextos de

D

A interação mediada na era digital

interação face a face. As tradições eram principalmente de caráter oral e dependiam de um processo contínuo de reiteração para sua sobrevivência, por meio da transmissão de histórias e atividades correlatas em interações face a face. As formas de comunicação mediada existiam, é claro, mas estavam amplamente restritas às elites políticas e religiosas que possuíam as habilidades necessárias, tais como a leitura e a escrita, para usar esses meios. Mas com o surgimento da indústria gráfica a partir do século XV, com a expansão da alfabetização a partir do século XIX e com o desenvolvimento da mídia eletrônica nos séculos XIX e XX, a interação face a face foi sendo cada vez mais complementada por diferentes formas de interação mediada, quase-interação mediada e interação mediada on-line. A interação face a face permaneceu muito importante, é claro, mas o *mix de interações* da vida social alterou-se de maneira fundamental, à medida que essas três outras formas se tornaram cada vez mais importantes e disseminadas.

Na medida em que a combinação de interações da vida social mudou, o mesmo aconteceu com as formas pelas quais os indivíduos aparecem para e diante dos outros. Na interação face a face, os indivíduos que participam estão imediatamente visíveis um ao outro, já que compartilham o mesmo contexto espaço-temporal e estão todos situados na mesma região frontal de interação. Na interação face a face, a visibilidade está vinculada às propriedades espaciais e temporais da situação de interação e possui caráter recíproco: cada participante é visível para todos os outros e todos são visíveis para cada um. Mas com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a visibilidade é liberada das propriedades espaciais e temporais do aqui e agora. Nas novas formas de interação criadas pelo uso dos meios de comunicação, a visibilidade de indivíduos, ações e eventos é separada do compartilhamento de um local comum: não é mais necessário estar presente no mesmo contexto espaço-temporal para ver o outro indivíduo ou indivíduos com quem se está interagindo ou para testemunhar uma ação ou evento. Assim como a interação é estendida no espaço e no tempo, o campo de visão também o é.

Mas as propriedades dos meios de comunicação moldam esse campo de visão de certas maneiras. No caso da quase-interação mediada, a visibilidade não possui mais caráter recíproco. O meio muda a *direcionalidade* da visão: os espectadores podem ver os outros distantes que aparecem em suas telas de TV ou em outras mídias, mas os outros distantes não podem, na maioria dos casos, vê-los. A visibilidade na quase-interação mediada é unidirecional: alguns indivíduos podem ser vistos por muitos outros sem que eles próprios sejam capazes de ver esses outros, enquanto esses outros podem ver indivíduos distantes sem serem vistos por eles. No caso da interação mediada on-line, a direcionalidade

do olhar é alterada de outras maneiras, porque muitos participantes da interação podem ter meios à sua disposição para tornar os indivíduos, as ações e os eventos visíveis para outros distantes. O mais simples e eficaz desses meios é a câmera em seus *smartphones*: isso dá a cada pessoa que possui um *smartphone* a capacidade de fotografar ou filmar um indivíduo, ação ou evento e disponibilizar o registro, mais ou menos instantaneamente, a uma pluralidade de outros distantes. Isso não é o mesmo que a reciprocidade da visão característica da interação face a face, porque não é uma questão de cada participante na interação ser visível para todos os outros. Mas também não é o mesmo que a característica de visibilidade da quase-interação mediada, porque a direcionalidade é mais complexa: muitos atores na rede podem agora usar os meios à sua disposição – por exemplo, seus *smartphones* – para tornar os indivíduos, as ações e os eventos visíveis para uma pluralidade de outros distantes. A unidirecionalidade foi substituída pela multidirecionalidade.

É difícil superestimar o significado dessas transformações na natureza da visibilidade e os modos pelas quais elas estão transformando os campos da vida social e política hoje. Os indivíduos, as ações e os eventos agora estão visíveis de maneiras que eles simplesmente não estavam no passado, e qualquer pessoa com um *smartphone* tem a capacidade de tornar as coisas visíveis para centenas ou até milhões de pessoas de formas que antes não eram possíveis. É claro que nem todos se valem dessa capacidade e nem todos – ou todas as organizações – têm o mesmo poder para tornar uma imagem ou vídeo visível para os outros: como todos os processos sociais, a capacidade de tornar visível e em qual amplitude algo pode ser tornado visível ou mantido oculto, disponibilizado ou removido da vista, depende do poder e dos recursos que os indivíduos e as organizações têm à sua disposição. Mas esses aspectos, por mais importantes que sejam, não devem nos impedir de ver o fato de que os campos da vida social e política foram, e continuam a ser, reconstituídos por essas novas formas de interação e visibilidade possibilitadas pelo uso dos meios de comunicação. Vamos examinar isso ainda mais enfocando as implicações dessas mudanças para as maneiras pelas quais o poder político é exercido.

RECONSTITUINDO O CAMPO POLÍTICO

Antes do desenvolvimento da mídia impressa e outras mídias, os líderes políticos interagiam principalmente com outros membros da elite política nos círculos relativamente fechados da assembleia ou da corte. Sua visibilidade estava restrita àqueles com quem eles interagiam face a face nesses locais compartilhados de poder político. Houve ocasiões em que os governantes apareceram

diante de audiências mais amplas, incluindo, entre outros, alguns dos sujeitos governados por eles. Essas ocasiões incluíram grandes eventos públicos, como coroações, funerais reais e marchas triunfais. A pompa e a cerimônia de tais ocasiões permitiam ao governante manter alguma distância de seus súditos e, ao mesmo tempo, permitia que eles temporariamente vissem e celebrassem a existência do líder em um contexto de copresença. Mas, para a maioria das pessoas nas sociedades antigas ou medievais, os governantes mais poderosos raramente eram vistos.

Com o desenvolvimento da mídia impressa e depois da eletrônica, no entanto, os governantes políticos foram capazes de interagir com os sujeitos governados e se tornaram visíveis para eles de maneiras que simplesmente não eram possíveis antes. A relação entre os governantes e os sujeitos foi cada vez mais moldada pelas características da quase-interação mediada, e o próprio campo político foi parcialmente reconstituído por essas novas formas de ação e interação. As propriedades distintivas dos meios de comunicação e das instituições das quais eles faziam parte deram forma à natureza da relação entre governantes e sujeitos, e ambos permitiam e restringiam as maneiras pelas quais eles eram capazes de interagir uns com os outros. Por um lado, os governantes foram capazes de usar essas novas mídias para dirigirem-se aos indivíduos governados e abordá-los de maneiras específicas, enquanto, por outro, os sujeitos agora podiam ver e se envolver com os governantes como nunca antes, embora de modos limitados pelo caráter não recíproco da quase-interação mediada e pela diminuição do espectro de sinais simbólicos. O desenvolvimento da mídia eletrônica, do rádio e depois da televisão aumentou muito o alcance das pistas simbólicas e tornou possível comprimir o atraso temporal para próximo de zero, dando origem a uma forma distinta de simultaneidade desespacializada: outros distantes poderiam ser visíveis praticamente no mesmo momento temporal, podiam ser ouvidos no exato momento em que falavam e eram vistos no exato momento em que agiam, embora não compartilhassem o mesmo local no espaço que os indivíduos aos quais eram agora visíveis. O rádio permitia que a qualidade oral da voz humana fosse codificada e transmitida a uma pluralidade de outros distantes, enquanto a televisão possibilitou que os sinais orais e visuais fossem gravados e disseminados. Com o advento da televisão, portanto, os indivíduos puderam ver as pessoas, as ações e os eventos, bem como ouvir a palavra falada e outros sons, de um modo que era similar em alguns aspectos à interação face a face, mas crucialmente diferente em outros: estendida no espaço, de caráter não recíproco e dependente de uma série de considerações técnicas e institucionais.

Entre as considerações institucionais estava o fato de qualquer meio de comunicação desse tipo sempre fazer parte de uma organização que envolvia

grandes concentrações de recursos e pessoal com interesses e objetivos próprios. Os jornalistas e os outros profissionais de mídia nunca foram transmissores neutros, mas sempre partes interessadas que, ao facilitarem e produzirem a comunicação mediada, também a estruturaram de certas maneiras, com base em normas e códigos éticos específicos do campo midiático e em prioridades específicas de suas organizações para guiar suas decisões e práticas. Ao conceberem-se como profissionais de mídia com seus próprios códigos de conduta e objetivos, jornalistas e outros profissionais desempenharam e continuam a desempenhar um papel significativo em moldar as maneiras pelas quais os líderes políticos, reais e aspirantes, podem aparecer diante dos outros e, mais amplamente, em dar forma ao que é comunicado a quem e o que é ou não tornado visível. Esses atores organizacionais se tornam *gatekeepers* que moldam os fluxos de comunicação, as formas pelas quais as mensagens e o conteúdo simbólico são apresentados e a visibilidade ou invisibilidade dos atores no campo.

Parte da importância do crescente papel da interação on-line mediada no campo político é que ela perturba os papéis estabelecidos desses *gatekeepers* institucionais. O poder das organizações de mídia estabelecidas para moldar a agenda é prejudicado pelo surgimento de uma infinidade de novos atores que são capazes de usar os meios de comunicação para interagir com os outros, ignorando os canais estabelecidos da quase-interação mediada. Além disso, ao permitir que qualquer ator na rede se comunique com os outros, o poder dos profissionais de mídia de moldar a agenda é atenuado. Eles devem agora competir com um número crescente de plataformas, fontes de informação e atores que são capazes de se comunicar com os outros distantes sem passar pelos canais controlados por organizações de mídia tradicionais. Isso não quer dizer que as novas plataformas que permitem aos indivíduos contornar os canais tradicionais não sejam elas mesmas *gatekeepers* – elas são. Elas estabelecem as regras que determinam quem pode participar e sob quais condições; decidem quais tipos de comunicação são permitidas e quais não são; moderam – usando operadores humanos e processos automatizados –, removendo conteúdo considerado ofensivo, violento ou de alguma forma inadequado; desenvolvem algoritmos para antecipar os possíveis objetivos e interesses dos usuários com base em suas práticas e preferências anteriores e usam essa forma de conhecimento para moldar as notícias e outros conteúdos que aparecem nos *feeds*; fazem recomendações e tiram receitas da publicidade, entre outras coisas. Esses processos funcionam de maneira bastante diferente das atividades de *gatekeeping* das organizações de mídia tradicionais – baseiam-se no que Tarleton Gillespie chama de “lógica algorítmica”, que utiliza escolhas processadas e dados acumulados para automatizar uma aproximação ao julgamento humano ou descobrir padrões nos rastros de dados sociais coletados, distinta do

tipo de lógica editorial que envolve as escolhas de especialistas pertencentes às organizações que reivindicam determinada autoridade cultural (Gillespie, 2014). Mas eles são formas de *gatekeeping*, de qualquer modo, e não são periféricos às atividades das plataformas, mas centrais a elas (Id., 2018). E, de certa forma, são ainda mais importantes do que as atividades de *gatekeeping* das organizações tradicionais de mídia, porque as plataformas dominantes são em número tão pequeno e têm escala e alcance enormes.

O presidente Donald Trump, ao preferir se comunicar pelo Twitter, onde tem mais de 50 milhões de seguidores, tomou uma decisão calculada de priorizar a interação on-line mediada sobre a quase-interação mediada como seu modo preferido de interagir com os cidadãos e com sua base política. Isso lhe permite contornar os canais de mídia estabelecidos, os quais acusa de preconceito e de divulgar notícias falsas, e dizer o que quer sem o enquadramento e o comentário dos *gatekeepers* da mídia tradicional – embora dentro da restrição de 140 (agora 280) caracteres. Também permite a ele inserir suas mensagens em *feeds* do Twitter que incluem tweets e atualizações de familiares e amigos, um recurso que dá a Trump e a suas mensagens uma espécie de intimidade mediada que não teriam se fossem reportadas pelos canais de mídia tradicionais (Turner, 2018: 148). O fato de a linguagem de Trump ser muitas vezes grosseira e exagerada, de suas opiniões serem expressas de modo rude e suas afirmações serem contundentes não é necessariamente uma fraqueza no ambiente do Twitter, mas pode, aos olhos de seus apoiadores, ser vista como força, pois permite que ele se mostre com um ser humano comum, com sentimentos reais e fortes crenças, em vez de um político calculista que pesa cada palavra cuidadosamente e evita, de maneira estudada, qualquer demonstração de emoção. Ao optar por se comunicar via Twitter, Trump é capaz de falar não apenas para aqueles que decidem segui-lo na plataforma, mas também para um público muito mais amplo, como a mídia tradicional, que examina seus tweets com pentes-finos e os comenta com frequência, dando ao presidente uma grande visibilidade na mídia, mas nos termos escolhidos por ele.

Embora o surgimento dessas novas formas de interação e visibilidade criadas pelo uso dos meios de comunicação tenha reconstituído o campo político e criado novas oportunidades para os líderes políticos e cidadãos comuns participarem da vida política e interagirem uns com os outros, elas também criaram obrigações e riscos. Novas obrigações porque os líderes políticos, existentes e aspirantes, *não* podem deixar de se adaptar às novas formas de ação mediada e interação que agora constituem parcialmente o campo político. Eles têm de adaptar suas maneiras de agir e falar para se adequarem a essas novas condições. Eles têm de dar muita atenção à sua aparência, vestimenta, modo de falar e relacionar-se

com os outros por meio de formas mediadas de interação – em outras palavras, têm de prestar muita atenção ao que poderíamos chamar de *gestão da visibilidade*. Na verdade, realmente não têm alternativa agora: isso não é apenas uma oportunidade, é uma obrigação, algo que eles têm de fazer; faz parte da estrutura de um campo que é parcialmente constituído pela visibilidade mediada. Isso também explica, em parte, por que em nossas democracias fortemente mediadas indivíduos que forjaram carreiras na mídia – de Reagan a Trump – podem se deslocar com tanta facilidade para o campo político: não é só porque são celebridades da mídia, conhecidas por estarem em evidência, como Daniel Boorstin (1961: 57) postulou, mas também porque são bem versados nas artes da visibilidade mediada. Eles sabem como se apresentar aos outros através da mídia e comunicar-se eficazmente – para eles, a gestão da visibilidade por meio da mídia se tornou uma segunda natureza. Como Fred Turner acertadamente observa, Trump dominou o idioma da autenticidade mediada como apresentador do *reality-show* *The Apprentice* e depois transferiu isso perfeitamente para o Twitter, onde seus pronunciamentos petulantes, autocongratatórios e seus ataques bombásticos aos outros são vistos por seus defensores como sinais de sua autenticidade pessoal (Turner, 2018: 147). Alguns comentaristas lamentam o quanto a indústria do entretenimento tem sido penetrada por políticos e veem isso como outra expressão de uma cultura que se tornou obcecada pelas celebridades; contudo, essa sobreposição de entretenimento e política é um sintoma de uma transformação estrutural mais fundamental, na qual as formas mediadas de interação e visibilidade reconstituíram o campo político.

A NOVA FRAGILIDADE

Essas novas formas de interação e visibilidade criam novos riscos também. Hoje, os líderes são muito mais visíveis do que os líderes políticos no passado e, por mais que tentem administrar sua visibilidade, não podem controlá-la completamente. Assim, a visibilidade criada pela mídia pode se tornar a fonte de um novo e distinto tipo de *fragilidade* na esfera política.

Existem muitas fontes de informação e muitas maneiras pelas quais as ações ou os enunciados feitos no passado, ou feitos em regiões periféricas aparentemente isoladas das regiões frontais de interação mediada e da quase-interação, podem ser capturados, preservados, transmitidos e retransmitidos para as regiões frontais, nas quais podem perturbar, comprometer ou minar as autoimagens que os líderes desejam projetar.

Essas formas de perturbação, que existem desde o surgimento da mídia impressa e eletrônica, foram apenas exacerbadas pela revolução digital – e por

D

A interação mediada na era digital

duas razões interconectadas. Primeiro, a revolução digital tornou muito mais fácil capturar e preservar ações e afirmações, copiar e reproduzir imagens e informações. Agora, todos com um *smartphone* no bolso ou na bolsa estão equipados com os meios para fotografar, filmar e gravar ações, eventos ou enunciados que ocorrem em seu espaço imediato, criando, assim, um registro digital indelével de fenômenos que de outra forma seriam passageiros e transitórios. Todo mundo que usa e-mail e participa das mídias sociais está criando conteúdo digital durável que, assim que é enviado ou postado, escapa de seu controle. Essa *banalização das gravações* cria um reservatório amplo e em rápida expansão de conteúdo digital que pode ser recuperado e transmitido com muito mais rapidez e facilidade do que no caso de conteúdo gravado em meios não digitais.

Em segundo lugar, a proliferação da mídia on-line significa que qualquer pessoa pode agora transmitir (ou retransmitir) imagens, mensagens e outros conteúdos simbólicos com relativa facilidade: não há necessidade de tentar persuadir os *gatekeepers* institucionais dos canais de mídia estabelecidos a prestar atenção e a transmitir o seu conteúdo. Fazer o *upload* de um vídeo no Facebook ou no YouTube, ou de uma foto no Twitter ou no Instagram, não poderia ser mais fácil. Essa *democratização da transmissão* transforma todos em uma fonte potencial de conteúdo visualizável e compartilhável (embora potencial não seja o mesmo que efetivo, é claro).

A banalização dos registros, juntamente com a democratização da transmissão, significa que a vida social e política está agora repleta de conteúdo simbólico digitalizado que ultrapassa, em um ritmo cada vez maior, a capacidade de qualquer indivíduo ou organização de controlá-lo. Ela torna muito mais complexa a dinâmica de poder relacionada aos atos de gravar e transmitir conteúdo simbólico, transformando cada espectador em uma testemunha em potencial com os meios à sua disposição para fornecer evidências audiovisuais para o que testemunham – exatamente do modo que Ramsey Orta gravou a desproporcional imobilização de Eric Garner pelo Departamento de Polícia de Nova Iorque (NYPD), em Staten Island, em uma tarde de julho de 2014, capturando os eventos em seu celular e permitindo que milhões de outros, amplamente dispersos no espaço e no tempo, vissem Garner sendo forçado a cair no chão e dizendo “não consigo respirar” onze vezes antes de desmaiar e morrer – uma tragédia que, em parte graças ao vídeo que foi inserido no YouTube, provocou protestos contra a brutalidade policial em muitas cidades dos Estados Unidos e ajudou a fomentar o sentimento de injustiça que sustentou o movimento Black Lives Matter.

As novas formas de visibilidade criadas pela mídia podem ser um risco para os líderes políticos também. Por mais que um líder político, existente ou

aspirante, busque administrar a maneira como aparece diante de outros que o conhecem apenas por formas mediadas de interação, ele não pode controlar isso completamente: há sempre o risco de algo dito ou feito no passado, ou em ambientes considerados como regiões periféricas ou espaços privados, seja lembrado e inserido nas regiões frontais da interação mediada de maneiras e em momentos que podem perturbar, comprometer ou minar a autoimagem que se deseja projetar – como Anthony Weiner, o congressista dos Estados Unidos que usou o Twitter para enviar uma imagem sexualmente explícita de seu pênis ereto a uma jovem mulher, descobriu, pagando um preço por isso, assim como Trump quando suas observações lascivas e sexistas sobre as mulheres foram gravadas em vídeo (“agarrá-las pelas partes íntimas”) e divulgadas pelo *The Washington Post* no meio da campanha das eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016. Por mais que um indivíduo, grupo de indivíduos ou organização possa pensar que suas ações ou conversas são confidenciais e revestidas de sigilo, eles podem descobrir que as informações que documentam essas ações ou gravações dessas conversas são vazadas para o domínio público.

É exatamente por isso que fenômenos como os vazamentos e os escândalos se tornaram tão significativos no campo mediado da política moderna atual: eles são riscos ocupacionais na era da visibilidade mediada. Os vazamentos, como vimos, normalmente envolvem a divulgação de informações sobre o comportamento dos bastidores nas regiões frontais da interação mediada. Os escândalos fazem isso também, mas envolvem mais do que isso, porque pressupõem certo tipo de resposta. Os vazamentos podem cair em ouvidos moucos e ainda serem vazamentos; os escândalos somente se configuram como tais se as revelações precipitarem algum grau de desaprovação ou indignação pública.

É claro que os escândalos não são novos – ou, para ser mais exato, a palavra *escândalo* não é nova: antecede a ascensão da mídia em muitos séculos (Thompson, 2000). De fato, a palavra pode ser rastreada até o grego antigo e o pensamento judaico-cristão primitivo. Mas a partir do século XVII, o *escândalo* foi cada vez mais entrelaçado com as alegações e as contrarreivindicações articuladas na imprensa. No início do século XIX, um novo fenômeno social havia surgido – o que eu chamo de “escândalo como um evento mediado”. Esse fenômeno moderno do escândalo mediado tinha estrutura e dinâmica distintas: envolvia a divulgação, por meio da mídia, de alguma ação ou atividade anteriormente ocultada, relacionada à transgressão de certos valores e normas, e que, ao ser divulgada, suscitava expressões de desaprovação e indignação. As atividades que tinham sido realizadas em segredo ou em privado de repente se tornaram visíveis ao domínio público e a divulgação e a condenação dessas atividades na imprensa serviram em parte para constituir o evento como um

escândalo. A visibilidade mediada não foi um comentário retrospectivo sobre um evento escandaloso: foi, em parte, constitutiva do evento como um escândalo.

Embora o século XIX tenha sido o berço do escândalo mediado, o século XX e o início do XXI se tornariam seu verdadeiro lar. Uma vez que esse tipo distinto de evento foi inventado, ele se tornaria um gênero reconhecível que alguns buscariam avidamente produzir, enquanto outros se esforçariam, com variados graus de sucesso, em evitar. O caráter e a frequência dos escândalos políticos variaram muito de um contexto nacional e de um período a outro. Mas é indubitável o fato de que o escândalo político se tornou uma característica das mais predominantes da vida pública nos Estados Unidos, na Grã-Bretanha e em muitas democracias liberais modernas desde o início da década de 1960 – desde Watergate nos Estados Unidos e o escândalo Profumo no Reino Unido até o grande escândalo das despesas dos parlamentares de 2009-2010, os escândalos de assédio sexual que abalaram Westminster e os numerosos escândalos e potenciais escândalos que continuam a gravitar em torno de Trump. Quase todos os países hoje têm seus muitos escândalos políticos, grandes e pequenos – o Brasil está atualmente em crise por causa de um enorme escândalo de corrupção, assim como a África do Sul, e a lista continua. Mas, afinal, esses escândalos são importantes? Talvez sejam apenas a espuma superficial da vida política, instigados pelos tabloides sem escrúpulos que querem vender mais exemplares – é assim que são vistos por muitos. Mas, em minha opinião, essa maneira de pensar sobre escândalos está completamente errada. Eles são muito mais importantes que isso. E a razão pela qual os escândalos importam tanto é simples: eles importam porque tocam em fontes reais de poder.

Para entender isso, temos que distinguir entre duas formas diferentes de poder, o que chamo de poder político e poder simbólico, e temos de ver que, nas sociedades democráticas modernas, o exercício do poder político, de fato, *depende* do poder simbólico. O exercício do poder político nas sociedades democráticas modernas utiliza o poder simbólico para ganhar e assegurar o apoio dos outros – em outras palavras, é necessário persuadi-los para obter o apoio deles. E para fazer isso são requeridos tipos específicos de recursos, como o prestígio, a reputação e a confiança. Esses recursos são necessários para exercer o poder simbólico e, como o poder político depende do simbólico, para exercê-lo, esses recursos são fundamentais. É por isso que os escândalos são tão importantes no mundo da política: podem esgotar os recursos dos quais depende o exercício do poder simbólico. Eles ameaçam drenar a reputação e a confiança – não drenam *necessariamente* esses recursos, mas têm a *capacidade* para fazer isso. Eles são redutores potenciais da reputação e da confiança. Mas esses são exatamente os tipos de recurso necessários para exercer o poder

simbólico e, portanto, adquirir, exercer e reter o poder político também. É por isso que os políticos estão tão preocupados com os escândalos: eles sabem que podem prejudicar sua reputação e, portanto, minar sua capacidade de adquirir e exercer o poder político.

Portanto, se essa avaliação estiver correta, seria um grande erro pensar nos escândalos como distrações superficiais ou frívolas da substância real da política: eles importam porque interferem em fontes reais de poder. Eles nos dizem algo importante sobre a própria natureza do poder e sobre a maneira como esse poder é adquirido, exercido e perdido no campo mediado da política moderna. Eles nos ajudam a ver que o exercício do poder político nas sociedades democráticas modernas depende de outra forma de poder – o simbólico –, que deve ser cuidadosamente nutrida e protegida se um indivíduo deseja adquirir, exercer e manter o poder político. E eles também nos ajudam a ver que o campo mediado da política moderna é um campo de batalha no qual os atores estão usando quaisquer canais de mídia à sua disposição – os jornais, a TV, o Twitter etc. – para intervir no campo, perseguir suas agendas, exercitar o poder simbólico e confrontar o poder simbólico dos outros, procurar manchar a reputação dos outros e proteger e defender a sua.

Hoje vivemos em uma época de alta visibilidade midiática, o que significa que a vida política agora se manifesta em um ambiente de informação no qual a capacidade de revelar e esconder, tornar as coisas visíveis e manter outras coisas ocultas, é muito mais difícil de controlar, criando uma arena permanentemente instável em que os vazamentos, as revelações e os desvendamentos são sempre capazes de interromper os planos mais bem firmados. A revolução digital, a proliferação de novas redes de comunicação e o fluxo de informações só exacerbaram esses desenvolvimentos, criando um ambiente de informação no qual o vazamento de informações e a divulgação de ações e eventos anteriormente ocultos são um risco e uma ameaça constantes. Nesse aspecto, a revolução digital não alterou meu modo de pensar sobre essas questões. Mas lembrou a todos nós quão frágil essa arena é agora, quão fluida a fronteira entre a vida pública e a vida privada se tornou atualmente e quão importante é para nós, como cientistas sociais, tentar entender esse novo turbulento mundo de visibilidade mediada na era digital. ■

REFERÊNCIAS

- BAYM, N. K. *Personal connections in the digital age*. 2. ed. Cambridge: Polity, 2015.
- BOORSTIN, D. J. *The image: a guide to pseudo-events in America*. Nova York: Random House, 1961.

- BOYD, d. m.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Oxford, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- BROWN, Gordon. The Gordon Brown and Gillian Duffy transcript. *The Guardian*, 2010. Disponível em: <https://www.theguardian.com/politics/2010/apr/28/gordon-brown-gillian-duffy-transcript>. Acesso em: 11 dez. 2018
- CASTELLS, M. *Communication power*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CHADWICK, A. *The hybrid media system: politics and power*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- GIBSON, J. J. The theory of affordances. In: _____. *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979. p. 127-137.
- GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (Eds.). *Media technologies: essays on communication, materiality, and society*. Cambridge: MIT Press, 2014. p. 167-193.
- _____. *Custodians of the Internet*. New Haven: Yale University Press, 2018.
- GOFFMAN, E. *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin, 1969.
- MADIANOU, M. Ambient co-presence: transnational family practices in polymedia environments. *Global Networks*, Hoboken, v. 16, n. 2, p. 183-201, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1111/glob.12105>
- MADIANOU, M.; MILLER, D. Polymedia: towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, Thousand Oaks, v. 16, n. 2, p. 168-187, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>
- THOMPSON, J. B. *The media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge: Polity, 1995.
- _____. *Political scandal: power and visibility in the media age*. Cambridge: Polity, 2000.
- TURNER, F. Trump on Twitter: how a medium designed for democracy became an authoritarian's mouthpiece. In: BOCZKOWSKI, P. J.; PAPACHARISSI, Z. (Eds.). *Trump and the media*. Cambridge: MIT Press, 2018. p. 143-149.

Artigo recebido em 25 de setembro de 2018 e aprovado em 15 de outubro de 2018.