

**Antropocentrismo e Comunicação:
Uma análise dos artigos dos GT da COMPÓS
“Epistemologia da comunicação” e “Comunicação e
Cibercultura” de 2017 a 2019¹**

**Anthropocentrism and Communication:
An analysis of COMPÓS' WG papers “Epistemology of
communication” and “Communication and Cyberculture”
from 2017 to 2019**

André Lemos²
Elias Bitencourt³

Resumo: *Esse artigo investiga os textos de dois GT da Compós: Epistemologia da Comunicação e Comunicação e Cibercultura. O objetivo é testar a hipótese de que o campo da comunicação no Brasil ainda é pouco sensível às teorias neomaterialistas, sendo que as abordagens sobre os objetos e o campo da comunicação como um todo são desenvolvidas a partir de um viés antropocêntrico. Foram analisados 60 artigos. Os dados mostram que, no corpus geral, 38% dos textos são antropocêntricos, sendo que desses, 27% estão no GT Comunicação e Cibercultura e 50% no GT Epistemologia da Comunicação. Os textos não antropocêntricos são 13% do corpus geral (sendo 13% em cada um dos GT). Embora a abordagem não probabilística usada na investigação não permita generalizar os achados, os resultados encontrados corroboram com a hipótese levantada, indicando que, apesar da emergente sensibilidade às abordagens neomaterialistas, o viés antropocêntrico ainda é majoritário nessas pesquisas.*

Palavras-Chave: *Comunicação, Antropocentrismo, Compós*

Abstract: *This paper aims to investigate the Compós' WG papers: Epistemology of Communication and Communication and Cyberculture. The objective is to test the hypothesis that the field of communication in Brazil is still not very sensitive to neomaterialists theories, and that approaches to objects and to the field as a whole are developed under an anthropocentric perspective. 60 papers were analyzed. The data show that, in the general corpus, 38% of the texts are anthropocentric, of which 27% are in the Communication and Cyberculture WG and 50% in the Communication Epistemology WG. Non-anthropocentric texts are 13% of the general corpus (13% in each WG). Due to the non-probabilistic approach used in this investigation, we cannot generalize the findings. However, the results support our hypothesis, pointing out that although there is an emerging sensitivity to new materialist approaches, anthropocentric perspectives still predominate in communication studies' field.*

Keywords: *Communication, Anthropocentrism, Compós*

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS, 23 a 25 de junho de 2020

² Professor Titular da Faculdade de Comunicação da UFBA, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas (POSCOM/UFBA), Coordenador do LAB404/UFBA e pesquisador 1A do CNPq. Doutor em Sociologia pela Université René Descartes, PARIS V, Sorbonne, almlemos@gmail.com.

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas (POSCOM/UFBA), Pesquisador do LAB404/UFBA, Professor Assistente Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Doutor em Comunicação (UFBA), eliasbitencourt@gmail.com

1. Introdução

Esse artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla⁴ que visa desenvolver abordagens neomaterialistas aplicadas a produtos da cultura digital contemporânea⁵. O neomaterialismo constitui o que muitos autores têm chamado de "virada não humana" nas ciências sociais (GRUSIN, 2015a, 2015b).

Por perspectiva neomaterialista (LEMOS, 2000a, FOX; ALLDRED, 2017) entendemos estudos críticos ao antropocentrismo que reconhecem as mediações materiais dos objetos, evitando colocar ênfase na causa e no direcionamento da ação apenas no sujeito humano. Eles partem de perspectivas pragmáticas, imanentes, sem buscar essências ou substâncias do fenômeno, analisando o que se faz na ação. Essas pesquisas buscam reconhecer as redes constituídas por “mediações radicais” (GRUSIN, 2015) que produzem os fenômenos investigados. Aplicadas ao campo da comunicação, elas privilegiam o olhar para os processos comunicacionais a partir de uma multiplicidade de agências que não são exclusivas dos humanos.

Para Gamble, Hanan e Nail (2019), o neomaterialismo, ou “materialismo performativo” (*performative materialism*), é um conjunto de teorias envolvendo diversos autores com características diferentes, mas que têm em comum a intenção de evitar cair em perspectivas antropocêntricas. Como afirmam os autores:

Mais ainda, esse pressuposto, nos posiciona – devido à nossa capacidade supostamente única de raciocínio e linguagem – como observadores privilegiados e externos de um mundo material autônomo que permanece inalterado por nossas observações (...) somente os neomaterialistas performativos conseguiram desafiar completamente esse pressuposto e, portanto, teorizar o significado e a observação humana em termos propriamente materiais⁶ (GAMBLE; HANAN; NAIL, 2019, p. 115)

⁴ Pesquisas de André lemos (“Comunicação, mediação e cibercultura”. CNPQ - Processo: 307448/2018-5, Modalidade/Nível: PQ-1A) e de Elias Bitencourt (“Comunicação, Design, performatividade algorítmica e plataformas digitais”, POSCOM/UFBA).

⁵ Algumas pesquisas que desenvolvemos no Lab404 apontam claramente esse problema. Ver <http://www.lab404.ufba.br/publicacoes/>.

⁶ Tradução dos autores: “This presumption, moreover, positions us humans – due to our allegedly unique capacity for reason and language – as privileged, radically external observers of a self-contained material world that remains unchanged by our observations of it. (...) only performative new materialists have managed to fully challenge this presumption and, thus, to theorize human meaning and observation in thoroughly material terms.”(GAMBLE; HANAN; NAIL, 2019, p. 115)

Embora possa ser aplicada também para a análise de todo e qualquer fenômeno comunicacional, a perspectiva neomaterialista oferece recursos teórico-metodológicos preciosos para entender os atuais processos da cultura digital promovidos pela plataformização da sociedade (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018), pela dataficação das práticas cotidianas (LEMOS; BITENCOURT, 2019; MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013) e pela performatividade algorítmica – PDPA (LEMOS, 2019).

O argumento central da pesquisa que origina esse artigo é que grande parte das pesquisas da área de comunicação no Brasil, ainda não estão suficientemente sensíveis à perspectiva neomaterialista. Tal orientação traz limitações críticas para análises dos produtos e processos atuais da cultura digital, uma vez que a presença dos objetos algorítmicamente performativos opera transformações substanciais no modo como as práticas comunicacionais são construídas (BITENCOURT, 2019). De uma forma geral, os estudos em comunicação adotam algumas teorias que apontam para a agência de objetos, tecnologias, processo e infraestruturas, mas, via de regra, essas abordagens ainda continuam reféns de perspectivas antropocêntricas, não reconhecendo o papel simétrico que as mediações dos objetos algorítmicamente performativos possuem na coautoria dos fenômenos investigados.

Obviamente, não se defende aqui uma postura tecnocêntrica ou generalista da comunicação, mas busca-se apontar para a escassez de trabalhos que reconheçam a comunicação como um processo de mediação complexo envolvendo humanos e não humanos em situações particulares que não podem ser aprioristicamente determinadas. A comunicação, como uma mediação, é sempre uma “mediação radical” na qual objetos e sujeitos produzem agências recíprocas. Em determinadas ações, é impossível compreender o processo comunicacional através de análises insensíveis à essas agências. Portanto, uma parte da pesquisa visa chamar a atenção para essa centralidade das abordagens antropocêntricas na área de comunicação no país.

Como consequência dessa primeira hipótese, derivamos uma segunda que entende que a comunicação social não se refere a toda e qualquer forma de mediação. Toda comunicação social pressupõe o humano no processo, seja de forma centralizada ou periférica. Identificamos e propomos na pesquisa, portanto, um “modo de existência da comunicação” (modo COM) que se constitui pela necessidade de passar pelo sujeito humanos como uma forma de circulação da palavra (*co-munis*), a partir de arranjos sociotécnicos (artefatos) e constituindo formas de transformação do sujeito (subjetividades). Em termos latourianos (LATOURE, 2012),

estão presentes, conseqüentemente, no modo COM, os modos TEC (técnica), MET (metamorfose) e POL (política)⁷. O modo com assim definido não retira o humano do processo, mas também não recai sobre visões antropocêntricas. O modo COM reconhece as especificidades da comunicação “social”⁸ e das mediações (linguagens, códigos, objetos, mídias...) sem cair em análises antropocêntricas que negligenciariam essa parte fundamental da constituição das redes sociotécnicas: as materialidades (LEMOS, 2020b).

O objetivo desse artigo é checar se as bases da nossa primeira hipótese se sustentam (a segunda será objeto de outras pesquisas). Para tanto, analisamos todos os textos de dois importantes Grupos de Trabalho (GT) da Compós⁹ – GT de Epistemologia da Comunicação e o GT Comunicação e Cibercultura – publicados entre 2017 a 2019. A escolha pela Compós se deu pela sua importância na pesquisa em comunicação no Brasil. Os dois GT escolhidos são centrais para uma primeira aproximação sobre a tendência do pensamento comunicacional na área. O primeiro reúne os principais pesquisadores que trabalham sobre o tema da epistemologia e teorias da comunicação. O segundo, agrega aqueles que se dedicam ao estudo da comunicação e da cultura digital.

O texto se divide em seis partes. Apresentamos os procedimentos metodológicos e o delineamento do corpus, discutimos os resultados mapeando o lugar do antropocentrismo nos GTs, os principais entendimentos sobre “comunicação”, as ideias de mediação mais frequentes, o lugar da tecnologia, e o perfil metodológico das publicações. Por fim, problematizamos esses aspectos submetidos às lentes antropocêntricas ou não antropocêntricas.

2. Metodologia

Os procedimentos de coleta e análise dos textos foram divididos em quatro etapas: a) seleção e leitura do corpus; b) construção do conjunto de códigos de análise a partir das estratégias de codificação focada (CHARMAZ, 2009); c) identificação dos autores citados nas referências que discutem ou compõem o campo dos estudos em materialidade e; d) análise

⁷ Ver Latour (2012). Um modo de existência é uma forma particular de processos de mediação.

⁸ Latour critica o não reconhecimento da ação dos objetos, afirmando que a “sociologia do social” seria antropocêntrica. Ele propõe uma “associologia”, resgatando a dimensão de social como associação. Propomos o “modo COM” e uma “comunicação associada” (LEMOS, 2020a).

⁹ A COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) realiza encontros anuais. Ver <http://compos.org.br>

qualitativa e quantitativa dos textos a partir da ocorrência e coocorrência entre os códigos usados.

Na primeira etapa, foram coletadas todas as publicações disponíveis nos anais da COMPÓS, selecionando os trabalhos apresentados nos GT citados no período de 2017 a 2019. Escolhemos esses anos para ter uma visão mais atual sobre o fenômeno. A escolha pelos GT levou em consideração dois critérios: a) o lugar de centralidade dos debates sobre os rumos epistemológicos do campo da comunicação e b) o espaço de acolhimento e reflexão dos temas mais emergentes relacionados à cultura digital. O corpus final foi constituído por um total de 60 trabalhos divididos igualmente entre os GTs – nCiber = 30, nEpistemologia = 30.

Posteriormente, os artigos foram submetidos à leitura e à classificação individual dos dois autores, tomando por referência os seguintes critérios: a) pesquisas que assumiam posicionamento antropocêntrico; b) publicações que criticavam o antropocentrismo e; c) textos que não apresentavam uma posição clara, ou não tinham essa problemática como elemento central dos debates. Os parâmetros epistemológicos e metodológicos que permitiram diferenciar tais abordagens derivaram da literatura específica acerca da virada material dos objetos nas ciências sociais (FOX; ALLDRED, 2017; GAMBLE; HANAN; NAIL, 2019; LATOUR, 2015)¹⁰. Os achados dessa etapa foram refinados entre os dois autores em sucessivas reuniões de discussão.

Após essa primeira classificação, os artigos passaram por uma nova etapa de leitura individual com o objetivo de responder às seguintes perguntas-problema: a) qual o entendimento de comunicação, mediação e tecnologia se fazem mais recorrentes entre os textos antropocêntricos e os não-antropocêntricos?; b) qual o perfil metodológico e teórico-empírico mais frequente nas pesquisas de viés antropocêntrico e não-antropocêntrico? As respostas encontradas passaram por uma nova etapa de debate e síntese entre os autores, dando origem ao conjunto de códigos (baremas) que permitiu classificar os trabalhos dos GT segundo os aspectos listados na tabela 1.

¹⁰ Essa leitura foi realizada baseada na bibliografia atual sobre neomaterialismo. Para uma visão geral desses autores, ver LEMOS (2020a) e as referências indicadas no final desse artigo.

TABELA 1
Lista de códigos usados na classificação dos textos

Grupo do Código	Código	Definição	Total de textos no GT Cher (N=30)	Percentual no GT Cher (N=30)	Percentual no Corpus (N=60)	Total de textos Epistemologia (N=30)	Percentual no GT Epistemologia (N=30)	Percentual no Corpus (N=60)	Total Geral dos textos	Percentual do total de textos em relação ao Geral (N=60)
Abordagem	Não-Antropocêntrico	O texto critica o viés antropocêntrico ou adota viés neomaterialista e não-antropocêntrico	4	13,3%	6,7%	4	13,3%	6,7%	8	13,3%
	Antropocêntrico	Reitera ou parte de viés antropocêntrico privilegiando os filtros da linguagem humana, da consciência e da hermenêutica para ler os fenômenos	8	26,7%	13,3%	15	50,0%	25,0%	23	38,3%
	Não se aplica	O texto critica e reflete sobre outras questões sem necessariamente adotar abordagens antropocêntricas ou não-antropocêntricas	14	46,7%	23,3%	9	30,0%	15,0%	23	38,3%
Definição de comunicação	Outros	O texto assume abordagens materialistas outras que, mesmo não se enquadrando nas perspectivas não-antropocêntricas, também não poderiam ser classificadas como antropocêntricas.	4	13,3%	6,7%	2	6,7%	3,3%	6	10,0%
	Rede de atores humanos e não-humanos	Comunicação é tratada enquanto um fenômeno que produz e é produzido em rede. Texto reconhece a agência simétrica das entidades humanas e não-humanas nos processos comunicacionais.	5	16,7%	8,3%	5	16,7%	8,3%	10	16,7%
	Alteridade e trocas simbólicas	A comunicação é vista enquanto um fenômeno exclusivo das entidades humanas e que se estabelece pela relação de alteridade, trocas simbólicas e processos de interação entre atores humanos apenas	10	33,3%	16,7%	18	60,0%	30,0%	28	46,7%
Definição de Mediação	Não se aplica	O texto não apresenta uma posição clara dos autores em relação à comunicação ou esse não é o foco do trabalho.	15	50,0%	25,0%	8	26,7%	13,3%	23	38,3%
	Agência	O texto reconhece a agência dos objetos técnicos e trata a mediação enquanto processo ontológico onde os atores envolvidos coproduzem a si mesmos e ao fenômeno comunicacional	11	36,7%	18,3%	2	6,7%	3,3%	13	21,7%
	Ato de linguagem	O texto trata a ideia de mediação como um ato de linguagem, um processo que se realiza exclusivamente pela via simbólica e hermenêutica	2	6,7%	3,3%	4	13,3%	6,7%	6	10,0%
Entendimento sobre a tecnologia	Elo tecnologia-homem (intermediário)	O artigo trata da mediação a partir da ideia genérica de conexão entre a tecnologia e o homem. A mediação é vista como um meio, um intermediário que não produz diferença nem interfere nos processos comunicacionais	8	26,7%	13,3%	3	10,0%	5,0%	11	18,3%
	Não se aplica	O texto não apresenta uma posição clara dos autores em relação à mediação ou esse não é o foco do trabalho.	9	30,0%	15,0%	23	76,7%	38,3%	32	53,3%
	Ator	O texto reconhece a agência dos objetos e da tecnologia, legitimando-os enquanto atores plenos, isso é, na qualidade de entidades que, em condição de simetria aos humanos, produzem o fenômeno comunicacional	10	33,3%	16,7%	4	13,3%	6,7%	14	23,3%
Metodologia	Meio	O texto não legitima a agência da tecnologia na coprodução da comunicação, mas reconhece que esta produz reflexos na sociedade e nos processos comunicacionais. O foco não está no "como" a tecnologia produz comunicação, mas na percepção humana sobre os efeitos que ela acarreta.	16	53,3%	26,7%	7	23,3%	11,7%	23	38,3%
	Não se aplica	O texto não apresenta uma posição clara dos autores em relação à tecnologia ou esse não é o foco do trabalho.	4	13,3%	6,7%	19	63,3%	31,7%	23	38,3%
	Empírico/exploratório	Pesquisa apoiada em exploração e base empírica própria	19	63,3%	31,7%	8	26,7%	13,3%	27	45,0%
Objeto do texto	Teórico argumentativo	Artigo predominantemente teórico argumentativo sem sustentação empírica	14	46,7%	23,3%	19	63,3%	31,7%	33	55,0%
	Proposta metodológica	Artigo propõe modelos teórico-metodológicos para enfrentamento de questões do campo da comunicação	2	6,7%	3,3%	3	10,0%	5,0%	5	8,3%
	Revisão de literatura	Texto voltado para apresentação de revisões (sistemáticas ou não) de literatura e/ou estudos bibliométricos	0	0,0%	0,0%	2	6,7%	3,3%	2	3,3%
Objeto do texto	Empírico	A base empírica do texto é constituída por artigos, teses e documentos da área.	2	6,7%	3,3%	6	20,0%	10,0%	8	13,3%
	Teórico	A base empírica do texto se apoia em explorações de objetos técnicos específicos, bem como interações e relações para com eles. O objeto de interesse do texto é o próprio campo da comunicação, escolas, vertentes teóricas ou correntes mais específicas. Não há objeto empírico.	23	76,7%	38,3%	2	6,7%	3,3%	25	41,7%
			11	36,7%	18,3%	23	76,7%	38,3%	34	56,7%

FONTE – Autores

A quarta etapa de procedimentos consistiu na identificação das referências materialistas. Levantamos toda a bibliografia citada no *corpus* e registramos apenas os autores que discutem sobre as materialidades nas obras, ou que servem de fundamento para as correntes materialistas. Esse procedimento teve como objetivo investigar a influência das correntes teóricas associadas à virada material dos objetos nas pesquisas que assumem (ou criticam) o viés antropocêntrico. Esse instrumento nos forneceu um critério mais objetivo para atestar sobre o viés de cada texto durante a análise e leitura das publicações realizada pelos dois pesquisadores¹¹. Como critério, além da referência direta ao termo “materialidades” nos títulos dos trabalhos mencionados, listamos os autores que são consensualmente reconhecidos na literatura específica do neomaterialismo e das materialidades da comunicação, ou que figuram entre as referências mais notórias nos debates contemporâneos sobre o tema¹².

Foram desenvolvidas análises quantitativas e qualitativas dos dados fornecidos pela ocorrência e coocorrência dos códigos no corpus. Com isso, foi possível mapear as semelhanças e contrastes entre os GT e estabelecer algumas comparações entre os rumos epistemológicos (e metodológicos) com maior destaque. Dada a natureza não probabilística da abordagem adotada, os achados se referem, apenas, às pesquisas que integram nosso *corpus*. Embora os resultados não possam ser generalizados, eles encontram eco nas críticas presentes na literatura específica mais recente e servem de termômetro para a hipótese levantada.

¹¹ Com esse recurso, podemos afirmar com mais objetividade que textos antropocêntricos, além de defenderem posições reconhecidas pela literatura crítica, também não fazem referência a autores neomaterialistas.

¹² Por questão de espaço não vamos colocar todos aqui, mas eles são facilmente identificáveis em uma leitura das referências dos artigos do corpus. Essa discussão sobre a história, autores e as diferentes abordagens teóricas sobre o neomaterialismo será objeto de um outro artigo. Para uma visão geral, ver Gamble, Hanan e Nail (2019).

3. O lugar do antropocentrismo nos estudos dos GT

Distribuição dos textos por abordagem

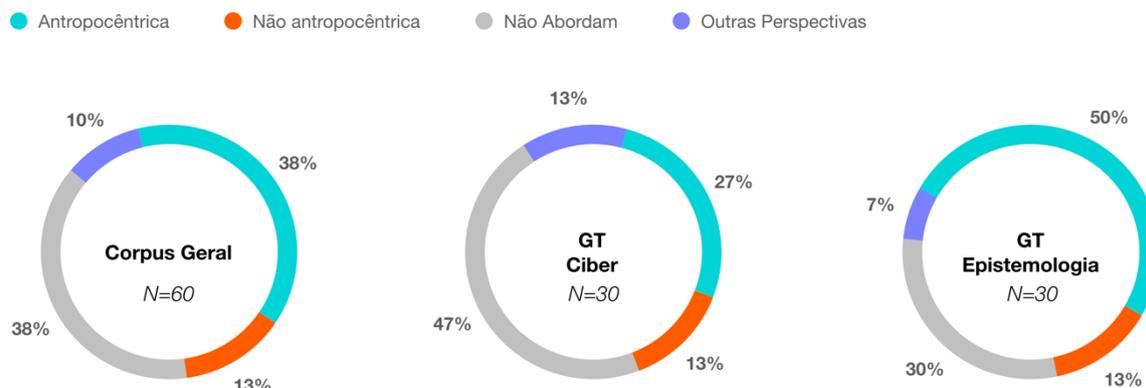


FIGURA 1 – Distribuição dos textos no corpus (e nos GT) por abordagem
FONTE - Autores

No que toca a Abordagem, verificamos que entre o total dos 60 textos investigados, 38% (23) assumem uma perspectiva antropocêntrica para analisar os fenômenos comunicacionais, para discutir as bases teóricas do campo, ou para refletir sobre as metodologias da comunicação. Em contraste, somente 13% (8) das publicações fazem críticas a tal abordagem. No geral, nota-se que os trabalhos antropocêntricos se concentram com maior destaque no GT de epistemologia, o qual acomoda 25% (15) dos textos antropocêntricos do corpus –no GT de Cibercultura o total de textos que comungam desse viés totalizam 13% (8).

Analisando o perfil dos artigos dentro de cada GT, nota-se que 50% dos trabalhos publicados no GT Epistemologia partem (ou reiteram) a visão antropocêntrica; 30% (9) têm outros interesses analíticos que não se aplicam à classificação adotada e somente 13% (4) criticam o antropocentrismo. No GT Ciber, todavia, o destaque das posições antropocêntricas é notadamente menor. Foram identificados 8 (27%) publicações que reforçam ou partem de viés antropocêntrico. As pesquisas que contrapõem tais perspectivas não só aparecem em menor número, como também mantêm proporção semelhante em ambos os GT. Apenas 13% (4) dos trabalhos criticam o antropocentrismo reivindicando o reconhecimento da agência e da condição de atores comunicacionais dos objetos técnicos na construção dos fenômenos da comunicação.

Esses achados parecem apontar para o fato de que, dentro do recorte desse estudo, tanto as discussões sobre os fenômenos emergentes, quanto as reflexões sobre as bases que sustentam o campo da comunicação ainda se mostram preponderantemente antropocêntricas. Isso ocorre

mesmo nos grupos de trabalho em cibercultura, cujos interesses tendem a privilegiar as tecnologias emergentes nos debates. Entretanto, é válido ressaltar que, mesmo as publicações em cibercultura sendo de maioria antropocêntrica (27% dos artigos do GT), é notável que a resistência ao reconhecimento das agências dos objetos técnicos e das materialidades se mostra maior nas produções que priorizam reflexões acerca dos fundamentos epistemológicos e metodológicos da comunicação (50% das publicações).

4. Comunicação: entre a alteridade humana e agência das coisas

Observando as definições de comunicação mais frequentes durante a leitura do corpus, identificamos que 47% (28) dos trabalhos se apoiam em uma ideia de comunicação amparada na relação, na alteridade, na troca de informação entre humanos. Um total de 38% (23) publicações não apresentam uma visão explícita do conceito, ou não o elegem enquanto objeto de análise do texto. Apenas 15% (9) das pesquisas, por outro lado, evocam a compreensão da comunicação como um acontecimento-rede, um entrelaçamento (BARAD, 2007), um ator-rede (LATOURE, 2005), composto por atores humanos e não humanos com igual importância na construção do fenômeno. Nestes trabalhos, a ideia de comunicação contempla os atores como produtos e produtores do fenômeno (e em posição de simetria), sem relegar as tecnologias e os meios à condição estrita de intermediários¹³, instrumentos, meios, à serviço das trocas humanas.

Numa análise individual dos GT, observa-se a manutenção do padrão já verificado no tópico anterior. Enquanto 60% (18) dos textos do GT Epistemologia entendem a comunicação como relação entre humanos, 33% dos artigos do GT Ciber assumem perspectiva similar. Isso demonstra que, mesmo a maior parte (47%) das pesquisas do corpus estando alinhada a esse entendimento, é possível observar que a ideia de uma comunicação restrita às práticas entre humanos é quase duas vezes mais frequente nos debates em epistemologia.

Todavia, o conjunto de textos que propõe um olhar mais simétrico para o papel dos objetos técnicos na construção da comunicação humana permanece discreto tanto no corpus geral (15%), quanto no interior dos GT analisados (17% em Ciber e 13% em Epistemologia).

¹³ Para Bruno Latour (2005), os atores definem suas posições de forma imanente, nas associações. Os que fazem fazer são os mediadores (actantes, podendo ser humanos ou não humanos). Os que apenas transportam a ação sem modificá-las são os intermediários. Estudos antropocêntricos tendem a posicionar objetos e tecnologias como “intermediários” (meio, instrumento, ferramenta) e os sujeitos (humanos), como mediadores (fonte de agência).

Esses achados, somados aos do tópico anterior, corroboram com a hipótese de que a postura não antropocêntrica e a visão da comunicação amparada no reconhecimento das agências materiais das mídias ainda ocupam um espaço restrito nos debates do campo, mesmo naqueles fóruns onde as tecnologias emergentes costumam ser objeto central das investigações.

5. Definição de Mediação: entre os meios e a omissão

No tocante às definições de mediação que permeiam os argumentos do corpus, constatou-se que 53% (32) das publicações não abordam explicitamente a visão dos autores sobre o tema, ou não tratam especificamente dessa questão. 22% (13) associam mediação à ideia de agência – com acepção muito próxima à noção de “fazer-fazer” cara aos estudos neomaterialistas –, 18% (11) trabalham mediação enquanto o elo tecnologia-homem e 10% (6) concebem o termo enquanto uma ação discursiva atrelada aos atos de linguagem – fortemente influenciada por orientações de matriz semiótica, linguística e psicanalítica. Entretanto, quando analisados individualmente, os GT demonstram que o conceito de mediação, assim como de comunicação, possui contornos diferenciados entre si. Em epistemologia, 77% (23) dos trabalhos não explicitam uma posição clara ou não tratam diretamente das mediações nas pesquisas. Quando o fazem, priorizam o viés da linguagem (13%) e do elo tecnologia-homem (10%). Juntas essas categorias totalizam cinco textos (17%) e superam os dois únicos trabalhos do grupo (7%) que vinculam mediação à ideia de agência. Com perfil distinto, 30% (9) das pesquisas em Cibercultura não expõem claramente ou não priorizam a discussão sobre mediação: 37% (11) trabalham mediação como agência, 27% (8) enquanto elo tecnologia-homem e 7% (2) na qualidade de ato de linguagem.

Embora o corpus apresente uma quantidade significativa de artigos que não priorizam as discussões sobre o tema, ou não tragam uma definição clara de mediação (53%), tal perfil encontra eco, principalmente, nos estudos em epistemologia (77% dos textos do GT). Contrariamente, em Cibercultura o conceito de mediação não só é trabalhado na maior parte das publicações (70% dos artigos discutem ou definem o conceito), como também têm a sua concepção mais apoiada na noção de agência (37%) que nos estudos da linguagem (7%).

Esses achados sugerem que a noção de mediação enquanto agência possui mais espaço nas investigações em cibercultura e, somado ao fato de que tais perspectivas se mostram amparadas em bases da Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2005), o referido GT, embora com alto

índice de publicações antropocêntricas (27%), acena um pouco mais de abertura ao reconhecimento do protagonismo não-humano na construção dos fenômenos comunicacionais quando comparado às pesquisas alocadas no GT de epistemologia.

Em contrapartida, mesmo havendo avanços no sentido do reconhecimento das agências, o total de textos que ou tratam mediação pelo viés da linguagem ou a consideram apenas enquanto “elo tecnologia-homem” totalizam 34% (10) dos trabalhos do GT Ciber. Em outras palavras, ainda parece haver oscilações entre a ideia de “mediação enquanto agência” presente nesses trabalhos e a tendência a tratá-la apenas como intermediário nos processos sociotécnicos da comunicação. Conforme veremos no próximo tópico, essa postura se repete no volume quase equivalente de trabalhos do GT Ciber que legitimam a tecnologia como ator e os demais que apenas reconhecem a capacidade que a tecnologia tem em “produzir efeito” na sociedade, sem que para isso mereça uma posição simétrica de “ator comunicacional” junto aos humanos envolvidos no processo.

6. Definição de Tecnologia: agência, efeito e protagonismo ambíguo

Quando analisados o papel das tecnologias nos fenômenos comunicacionais investigados, há equilíbrio no corpus. As análises apontam que 38% (23) das publicações sugerem que a tecnologia é meio, podendo interferir na cultura, sem que necessariamente tenha seu caráter agencial reconhecido em posição de simetria aos humanos na condição de atores comunicacionais. Em contrapartida, 23% (14) assumem posição oposta, propondo que as tecnologias são ao mesmo tempo produtos e produtores da comunicação, devendo ser contemplada em análises simétricas. Em 38% (23) dos trabalhos, os autores não abordam diretamente o tema ou não assumem uma posição explícita.

O GT Epistemologia acumula o maior número de artigos que não abordam ou não explicitam posições sobre o papel da tecnologia (63%, contra 13% em Cibercultura). 23% (16) dos textos desse GT tratam a tecnologia como meio e apenas 13% (4) reconhecem a tecnologia na qualidade de ator. No GT Ciber, 53% (16) das pesquisas entendem a tecnologia como meio e 33% (10) a consideram como ator pleno nos processos de comunicação. Se, por um lado, podemos dizer que os debates epistemológicos parecem não dar muito destaque às tecnologias no tocante ao papel que estas desempenham na construção dos fenômenos investigados, por outro, os dados do GT Ciber parecem indicar que os posicionamentos sobre a questão transitam

de maneira opaca entre a percepção da tecnologia como ator e a atribuição desta apenas enquanto intermediário.

Mais que um simples contraste entre visões, os achados parecem sinalizar para algum nível de ambiguidade em relação às noções de agência – enquanto sinônimo de mediação – e a legitimação da tecnologia enquanto ator em função da agência exercida nos processos comunicacionais. Dos 11 trabalhos do GT Ciber que associam mediação à ideia de agência, 27% (3) deles consideram a tecnologia apenas como meio. Isso pode sugerir que, apesar das produções em cibercultura se mostrarem mais sensíveis à crítica antropocêntrica, ainda é possível verificar ambiguidades geradas pela associação entre mediação, tecnologia e agência (apenas no nível vocabular), sem necessariamente incorporá-las em um posicionamento metodológico efetivo. Como resultado, encontramos textos que lexicalmente se aproximam de bases teóricas críticas ao antropocentrismo, mas que metodologicamente reiteram as posturas antropocêntricas.

7. Perfil metodológico: a teoria, a empiria dos objetos ausentes e a alienação das complicações emergentes

No quesito metodológico, o corpus se mostra equilibrado em relação às pesquisas empíricas e as teóricas. Do total dos 60 artigos, 55% (33) são preponderantemente construídos a partir de reflexões teóricas (podendo, ou não, se apoiar em achados empíricos) e 45% (27) desenvolvem pesquisas empíricas próprias. Os trabalhos que propõem métodos ou abordagens metodológicas somam 8% (5) e os dedicados às revisões de literatura sobre um tema totalizam apenas 3% (2).

No entanto, como é de se esperar, os debates mais próximos à epistemologia tendem a ser mais teóricos quando comparados às investigações conduzidas em Ciber. Olhando individualmente para os GT, registra-se que as pesquisas em Ciber estão mais inclinadas ao uso de bases empíricas próprias (63%) que às reflexões preponderantemente teóricas (47%). Já os estudos em Epistemologia apresentam comportamento inverso: 63% de publicações teóricas e 27% empíricas. As propostas metodológicas se mostram discretas e muito próximas em ambos os GT (7% em Ciber e 10% em epistemologia).

Podemos afirmar que, dentro do corpus usado, os trabalhos alocados em epistemologia têm seus argumentos e contribuições elaborados partir de orientações mais teórico-filosóficas, sem necessariamente recorrerem à empiria ou experimentos como sustentação ou recurso

didático. De maneira inversa, as pesquisas agrupadas em Ciber se mostram mais inclinadas à exploração empírica dos fenômenos comunicacionais. Contudo, é válido ponderar que a relação entre trabalhos empíricos e teóricos no GT Cibercultura se mostrou mais equilibrada que no GT Epistemologia. Enquanto a diferença entre as duas categorias no primeiro é de 16 pontos percentuais (63% empírico e 47% teórico), em epistemologia essa distância sobe para 36 (63% teórico e 27% empírico). Esse achado sugere que pode haver uma relação mais próxima entre teoria e empiria nos estudos em cultura digital que nas produções em epistemologia investigadas.

O contraste entre o perfil metodológico dos GT também se estende na escolha pelos objetos teóricos e empíricos privilegiados nos trabalhos. Conforme esperado, 77% (23) das publicações em Epistemologia têm como objeto de interesse o campo da comunicação em geral – as metodologias, as correntes, escolas e vertentes. Quando recorrem à empiria, 20% (6) textos optam pela exploração qualitativa e/ou quantitativa de produções teóricas da área; e apenas 7% (2) exploram alguma tecnologia ou mídia específica – entre os achados figuram uma pintura renascentista e um portal da internet.

Com perfil distinto, o GT Ciber possui 37% (11) dos artigos cujo objeto de interesse é o campo da comunicação em si (alguma corrente, escola ou vertente específica). Os artigos e produções da área surgem como alvo de exploração em apenas 7% (2) dos trabalhos, ao passo que as mídias ou tecnologias específicas são o foco em 77% (23) das pesquisas verificadas. Entre elas, destacam-se as redes sociais e plataformas digitais – presentes em 50% dos textos – e os jogos e aplicativos móveis – (25%). .

De modo sintético podemos dizer que embora o corpus tenha um perfil composto por 57% (34) de trabalhos cujo objeto de interesse é teórico e 47% (25) textos que exploram tecnologias e mídias específicas na qualidade de objeto empírico, há notáveis diferenças entre os grupos de trabalho analisados. Para além do contraste entre as ênfases dadas em cada GT, há uma diferença substancial em relação à qualidade dos exemplos empíricos convocados nas investigações. Enquanto as tecnologias e mídias exploradas em Cibercultura dizem de tecnologias digitais recentes e orientadas pela performatividade algorítmica (plataformas, redes sociais, jogos digitais e aplicativos), a empiria presente nos debates epistemológicos ainda se baseia na análise de textos e entrevistas ou, a obras de arte e portais da web.

Esses achados sinalizam para o risco de que as reflexões que sustentam a base do campo no Brasil tenham as suas fundações alienadas das complicações materiais e agenciais que

permeiam a produção dos fenômenos comunicacionais mais recentes. Conforme vimos nos tópicos anteriores, tal contexto faz-se ainda mais arriscado quando as abordagens analíticas, o conceito de comunicação, a ideia de mediação e os entendimentos sobre o papel da tecnologia se encontram alinhados aos limites da hermenêutica, da alteridade e das trocas informacionais exclusivamente entre humanos.

8. As nuances da comunicação, da mediação e da tecnologia sob os olhares antropocêntricos e não-antropocêntricos.

Buscando mapear possíveis diferenças e consonâncias entre os textos de posição antropocêntrica e os não-antropocêntricos em relação aos tópicos já discutidos, levantamos as definições de comunicação, de mediação, de tecnologia, bem como as principais estratégias metodológicas usadas nas pesquisas de ambos os grupos. Acreditamos que reconhecer as bases epistemológicas que sustentam essas diferentes lentes pode contribuir para o reconhecimento das limitações e contribuições metodológicas que as perspectivas antropocêntricas e não-antropocêntricas podem trazer aos estudos de comunicação frente a fenômenos mais emergentes. Nosso esforço analítico não têm o intuito de julgar o mérito das pesquisas que assumem qualquer uma das abordagens já mencionadas. Nosso intuito é identificar os limites e potências nos estudos em comunicação frente às transformações que hora se apresentam em função da popularização das tecnologias algorítmicas, das plataformas digitais e do avanço do capitalismo de dados.

8.1. Correlações Entre (Não)Antropocentrismo e definição de comunicação

Varição na definição de comunicação por abordagem

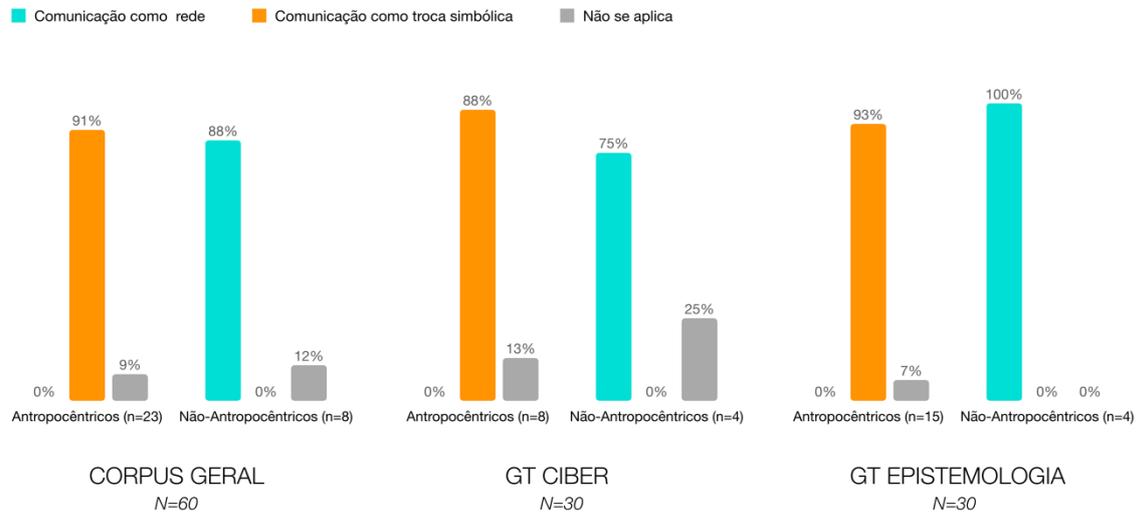


FIGURA 2 – Distribuição das variações na definição de comunicação por abordagem no corpus (e nos GT)
FONTE – Autores

No tocante à noção de comunicação, verificou-se que 91% (21) dos trabalhos antropocêntricos que compõem o corpus (n=23) tratam a comunicação enquanto um processo relacional que envolve alteridade e interação mediante trocas simbólicas entre humanos. Os outros 9% (2) se referem aos textos nos quais os autores não apresentam uma posição clara sobre o tema (Fig. 2). Nesse recorte, não foram encontradas publicações que tratem o fenômeno comunicacional enquanto uma rede sociotécnica envolvendo atores humanos e não humanos, tampouco perspectivas que legitimem uma posição simétrica entre eles na produção da comunicação (perspectiva ontoepistêmica/neomaterialista).

Embora o número de textos antropocêntricos seja mais frequente no GT Epistemologia – 50% contra 27% em Ciber –, ambos os GT adotam perspectivas proporcionalmente similares. As pesquisas que abordam comunicação como troca entre humanos representam 88% dos trabalhos do GT Ciber e 93% dos artigos do GT de epistemologia (Fig. 2).

Entre os artigos que assumem posição crítica ao antropocentrismo, a definição de comunicação assume um posicionamento oposto. Embora em menor número – 4 textos com tal abordagem em ambos os GT –, 88% (7) dos trabalhos não-antropocêntricos do corpus (n=8) apresentam um entendimento de comunicação associado à noção de rede, colocando os atores humanos e não-humanos em posição de simetria na produção do fenômeno comunicacional; e 12% não apresentaram uma posição clara em relação ao tema. Nesse recorte não foram

encontrados artigos que definem comunicação como processos de alteridade, diálogo e troca simbólica restritos aos humanos (Fig. 2).

De maneira similar aos textos de perspectiva antropocêntrica, a relação entre não-antropocentrismo e comunicação se mostra proporcionalmente equiparada entre os dois GT – 75% (3) dos artigos do GT Ciber definem comunicação como rede e 100% (4) das publicações no GT Epistemologia. Essa diferença entre os grupos decorre do fato de que em Ciber o número de artigos que não assumem uma posição clara sobre o conceito de comunicação (1) é maior que Epistemologia (0) (Fig. 2).

Esses achados ilustram que as ideias de comunicação presentes nos textos antropocêntricos são opostas àquelas recorrentes nos artigos que criticam o antropocentrismo. Nenhum trabalho de abordagem antropocêntrica reconhece o papel dos meios e dos objetos técnicos na condição de ator comunicacional junto aos humanos; assim como também não foram encontradas pesquisas de caráter não-antropocêntrico que se apoiassem na ideia de comunicação associada apenas às trocas simbólicas e relações de alteridade.

Ao menos no recorte desse estudo, os dados parecem sugerir que a) negar a condição de ator comunicacional aos não-humanos, b) preferir a noção de rede à ideia de trocas simbólicas para definir a comunicação, ou mesmo c) optar por privilegiar as relações de alteridade entre humanos em detrimento das mediações sociotécnicas que produzem os fenômenos comunicacionais são algumas das posições que caracterizam as perspectivas antropocêntricas no campo. Por outro lado, a tendência em a) legitimar a agência dos objetos técnicos e do meio na coprodução da comunicação, b) reconhecer a posição simétrica entre atores humanos e não-humanos na produção dos fenômenos e c) optar pela noção de rede sociotécnica em lugar da ideia de trocas simbólicas para definir comunicação, figuram entre perspectivas que particularizam o viés não-antropocêntrico dos artigos.

8.2. Correlações Entre (Não)Antropocentrismo e definição de mediação

Variação na definição de mediação por abordagem

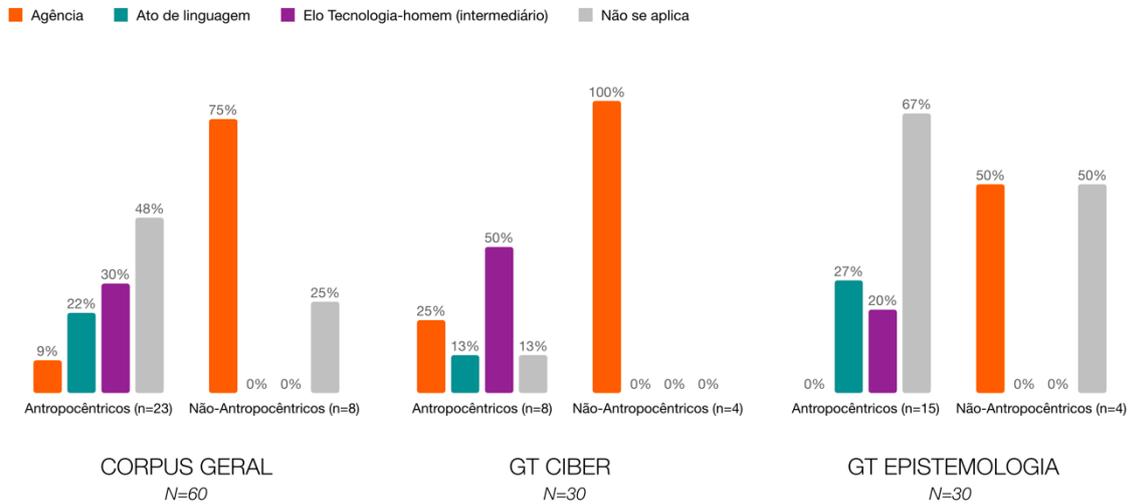


FIGURA 3 – Distribuição das variações na definição de mediação por abordagem no corpus (e nos GT)
FONTE – Autores

Do total de textos antropocêntricos que compuseram o corpus (n=23), notou-se que a temática da mediação não aparece enquanto questão central – 48% (11) artigos não abordam o assunto diretamente tampouco o definem de maneira objetiva. Os demais trabalhos dividem-se entre posições que compreendem a mediação de maneira ampla, tratando-a enquanto relação tecnologia-homem (30%); e aquelas que vinculam as mediações aos atos de linguagem (22%) mais apoiadas em correntes psicanalíticas, semióticas e linguísticas. Somente 9% (2) dos artigos antropocêntricos associam a ideia de mediação à noção de agência (Fig. 3).

Em contrapartida, dos artigos que se posicionam de maneira crítica ao antropocentrismo (n=8), 75% (6) associam o conceito de mediação ao de “agência” e 25% (2) não abordam o tema diretamente. Diferentemente dos delineamentos observados no conjunto de textos antropocêntricos – mais inclinado a um entendimento de mediação como ato de linguagem humana –, as pesquisas que criticam as posições antropocêntricas recorrem às ideias de agência, definindo as mediações como o que “faz fazer”, ou aquilo que produz e sofre afeto entre os atores (humanos ou não) envolvidos no processo comunicacional. Nesse recorte, não foram encontrados textos que trabalhem a noção de mediação enquanto um processo vinculado à linguagem e à recepção.

Na análise individual dos GT, observou-se que os trabalhos antropocêntricos alocados em Epistemologia privilegiam menos a discussão sobre mediação em si quando comparados

ao grupo de Ciber. Enquanto 67% (10) dos textos com esse viés encontrados em epistemologia (n=15) não abordam as mediações diretamente, somente 13% (1) dos artigos antropocêntricos em Ciber (n=8) não debatem acerca do tema. No entanto, quando o assunto é levantado, 50% (4) das publicações em Ciber consideram a mediação como “relação tecnologia-homem” e 25% (2) aproximam mediação e agência. Em Epistemologia, dos poucos trabalhos que tratam do tema, 27% (4)¹⁴ compreendem a mediação principalmente pelo viés dos “atos de linguagem” e outros 20% (3) reconhecem mediação como a relação ampla entre o humano e as tecnologias.

Fica evidente que mesmo no GT de Ciber – no qual historicamente as tecnologias possuem um lugar de destaque analítico – a perspectiva antropocêntrica tende a não reconhecer a agência dos não-humanos como parte dos processos de mediação que produzem a comunicação. Embora nesse mesmo GT existam textos antropocêntricos que associam mediação à noção de agência, esse número (2) ainda é tímido em relação ao total de artigos com abordagem similar (9%), ou quando comparado ao corpus desse estudo (3%).

No que tange aos trabalhos de posição contrária ao antropocentrismo, a análise individual dos GT demonstra que enquanto 100% (4) dos artigos não-antropocêntricos associam mediação à ideia de agência, no GT de Epistemologia esse número reduz para 50% (2). Destaca-se, ainda, que enquanto a temática das mediações é tratada na totalidade dos textos não-antropocêntricos alocados no GT Ciber, em Epistemologia essa questão não é abordada diretamente em 50% dos outros trabalhos.

Esses achados revelam que o tema das mediações aparece em proporção maior entre os textos de abordagem não-antropocêntrica (75%) quando comparados aos os artigos de viés contrário (58%). Mesmo em menor quantidade, os debates antropocêntricos tendem a evocar o conceito de mediação associado à relação genérica entre o homem e os meios (30%) e que se realiza pela via da linguagem (22%). Como esperado, as abordagens antropocêntricas parecem privilegiar a linguagem humana e os processos cognitivos da interpretação como chave para entender não apenas as relações entre humanos, mas destes para com os meios e os objetos técnicos. Diferentemente, nos artigos de posição não-antropocêntrica o conceito de mediação aparece fortemente articulado ao reconhecimento do papel ontológico dos agentes não-humanos na comunicação.

¹⁴ Dos 4 textos que vinculam a ideia de mediação a um ato de linguagem, 2 também entendem a mediação como um elo tecnologia-homem, motivo pelo qual o somatório ultrapassa 100%.

Além dos aspectos comunicacionais apresentados no tópico anterior, a compreensão das mediações como relações que se materializam pelo viés estrito da linguagem humana parece emergir como mais um elemento característico da perspectiva antropocêntrica nos estudos em comunicação. Por outro lado, a tendência em enxergar as mediações enquanto processos afetivos ou agenciais não são restritos às entidades dotadas de consciência e linguagem se mostra uma particularidade das pesquisas que optam por um olhar não-antropocêntrico no campo. Todavia, cabe ressaltar que, embora haja um despontar do debate das mediações a partir de visões menos essencialistas, o total de artigos que assumem essa posição representam somente 10% (6) de todo o corpus analisado.

8.3. Correlações Entre (Não)Antropocentrismo e a noção de tecnologia

Variação no entendimento de tecnologia o por abordagem

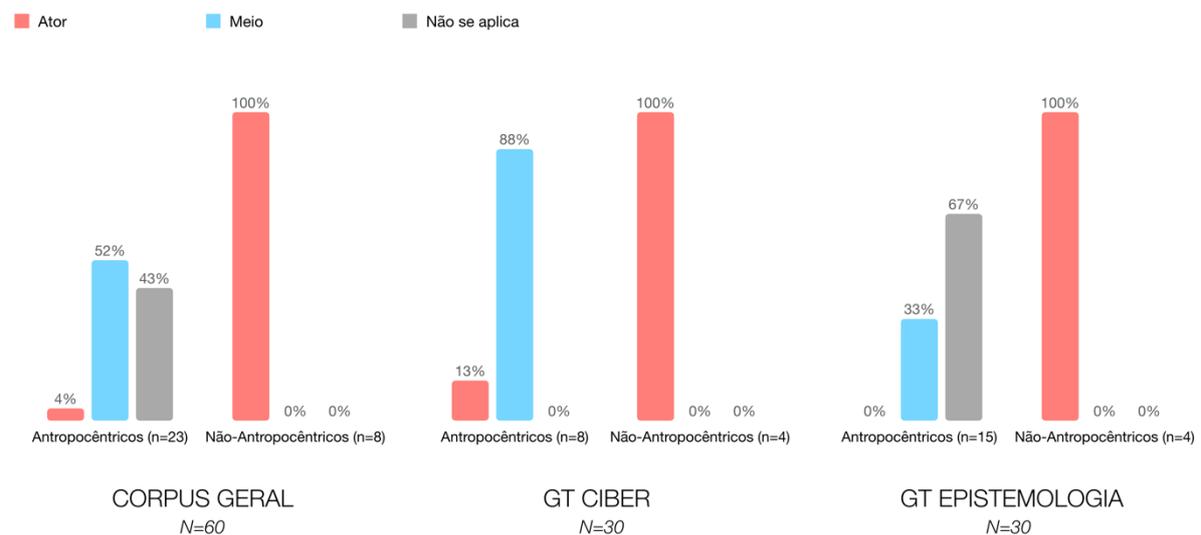


FIGURA 4 – Distribuição das variações no entendimento de tecnologia por abordagem no corpus (e nos GT)
FONTE - Autores

Ao deslocar a atenção para os sentidos atribuídos à tecnologia nos textos investigados, identificamos que, entre os trabalhos de viés antropocêntrico (n=23), 52% (12) tratam-na apenas enquanto intermediário – meios que podem interferir e produzir efeitos na cultura (mídiação) –, e 43% (10) sequer abordam o assunto nas publicações. Em contraste, 100% dos artigos não-antropocêntricos (n=8) não só têm a tecnologia como tema recorrente, como também reconhecem o papel agencial e simétrico dos meios e dos objetos técnicos na coprodução dos fenômenos comunicacionais.

Observando os GT individualmente, nota-se que o volume de textos que convocam as tecnologias para o debate é proporcionalmente maior em Cibercultura (100%) que em Epistemologia (33%). De maneira mais detalhada, temos que 88% (7) dos artigos antropocêntricos no GT Ciber (n=8) entendem a tecnologia como um meio, um agente intermediário, ao passo que 13% (1) reconhecem a agência dos artefatos. No grupo de Epistemologia, 67% (10) das publicações antropocêntricas (n=15) não abordam o tema, e os outros 33% (5) tratam a tecnologia apenas enquanto meio.

Com delineamento distinto, 100% dos trabalhos não-antropocêntricos no GT Ciber (n=4) e 50% (2) dos textos de igual posição alocados em Epistemologia (n=4) reconhecem que as tecnologias são dotadas de agência e coproduzem a comunicação. Em outras palavras, podemos inferir que há uma posição de maior abertura para trazer as tecnologias para os debates em comunicação nos artigos de abordagem não-antropocêntrica (75%) quando comparado com as publicações de posição oposta (57%). Da mesma maneira, observamos que a totalidade dos textos não-antropocêntricos promovem a tecnologia na condição de agentes e coautores dos processos comunicacionais, enquanto as pesquisas de caráter antropocêntrico com postura similar representam apenas 4%.

Os dados sugerem que, nesse quesito, as perspectivas antropocêntricas parecem se caracterizar pela pouca ênfase dos objetos técnicos nos debates do campo e pela redução dos artefatos e dos meios à condição de intermediários. Diferentemente, as publicações que adotam posicionamento não-antropocêntrico não só atribuem destaque às tecnologias nas reflexões propostas, como também se mostram mais predispostas a reconhecer o caráter agencial dos meios, problematizando os fenômenos comunicacionais por lentes mais simétricas e menos essencialistas.

8.4. Correlações Entre (Não)Antropocentrismo e perfil metodológico das pesquisas

Variação no perfil metodológico por abordagem

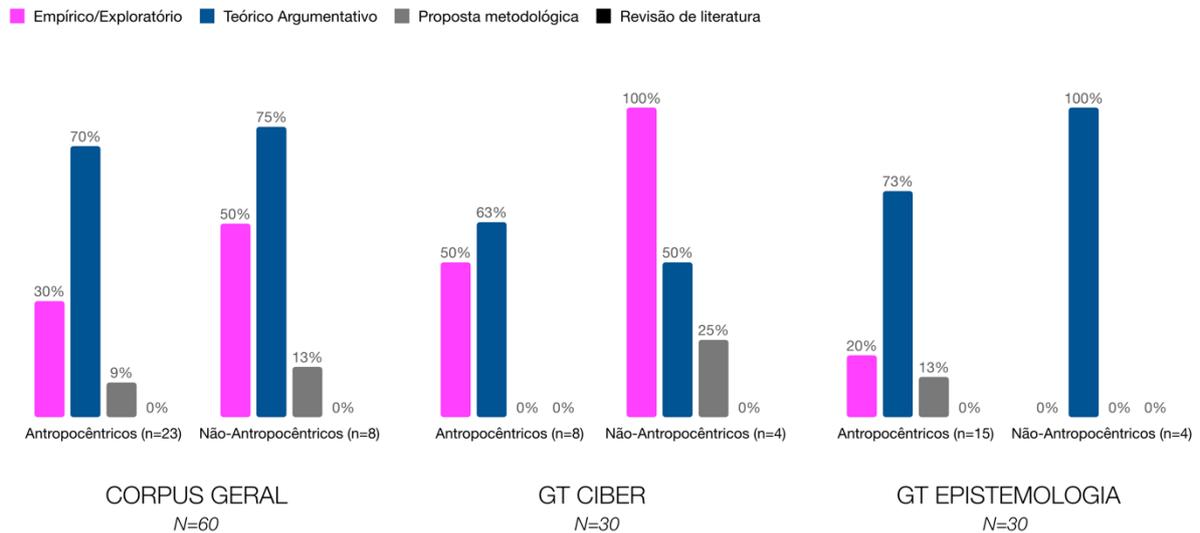


FIGURA 5 – Distribuição das variações no perfil metodológico por abordagem no corpus (e nos GT)
FONTE - Autores

No que tange ao perfil metodológico, verificamos que os textos de ambas as perspectivas são de caráter predominantemente teórico – 70% (16) entre os antropocêntricos e 75% (6) entre os não-antropocêntricos. Em relação às abordagens empíricas, verificou-se que 50% (4) dos trabalhos não-antropocêntricos recorrem às pesquisas exploratórias e aos dados empíricos próprios para sustentar os argumentos, ao passo em que esse percentual é de 30% nos artigos antropocêntricos (Fig. 5).

Apesar de guardarem proporções relativamente próximas, a análise pormenorizada do corpus revelou que enquanto 25% (2) dos textos não-antropocêntricos (n=8) adotam procedimentos empíricos próprios como base das proposições teóricas, somente 4% (1) dos textos antropocêntricos fazem uso da mesma estratégia. Isso indica que embora as pesquisas não-antropocêntricas do corpus sejam proporcionalmente mais teóricas (75%) que aquelas de perspectiva antropocêntrica (70%), os trabalhos não-antropocêntricos apresentam uma maior quantidade de artigos que relacionam teoria e empiria (25%) no mesmo artigo.

Observando o comportamento de cada GT, identificamos que as publicações antropocêntricas tendem a ser mais empíricas no GT Ciber (50%) que no GT Epistemologia (20%), do mesmo modo que as propostas metodológicas só aparecem no GT Epistemologia e representam 13% dos trabalhos. No caso das investigações de posicionamento não-

antropocêntrico, o perfil metodológico é bem mais contrastante. Em Ciber, 100% (4) dos artigos são empíricos, 50% (4) são teóricos e 25% (1) apresenta uma proposta metodológica de viés não-antropocêntrico. Em epistemologia, não foram encontrados trabalhos não-antropocêntricos de perfil empírico tampouco metodológico e 100% (4) dos textos tem perfil exclusivamente teórico.

Os dados indicam que o perfil metodológico das pesquisas antropocêntricas é mais inclinado às discussões teórico-filosóficas e com pouco espaço para explorações e reflexões desenvolvidas a partir da experimentação empírica. Diferentemente, os trabalhos de posição não-antropocêntrica parecem se caracterizar não só pela ênfase nos dados empíricos como por uma relação mais frequente entre teoria-empíria. É importante destacar, ainda, a discreta quantidade de propostas metodológicas alinhadas aos pressupostos não antropocêntricos no campo: apenas um trabalho do GT Ciber se enquadra nesse perfil). Comparado ao total de publicações do corpus, esse número representa apenas 1,5%.

8.5. As referências do antropocentrismo e do não antropocentrismo

Referências Materialistas citadas por abordagem

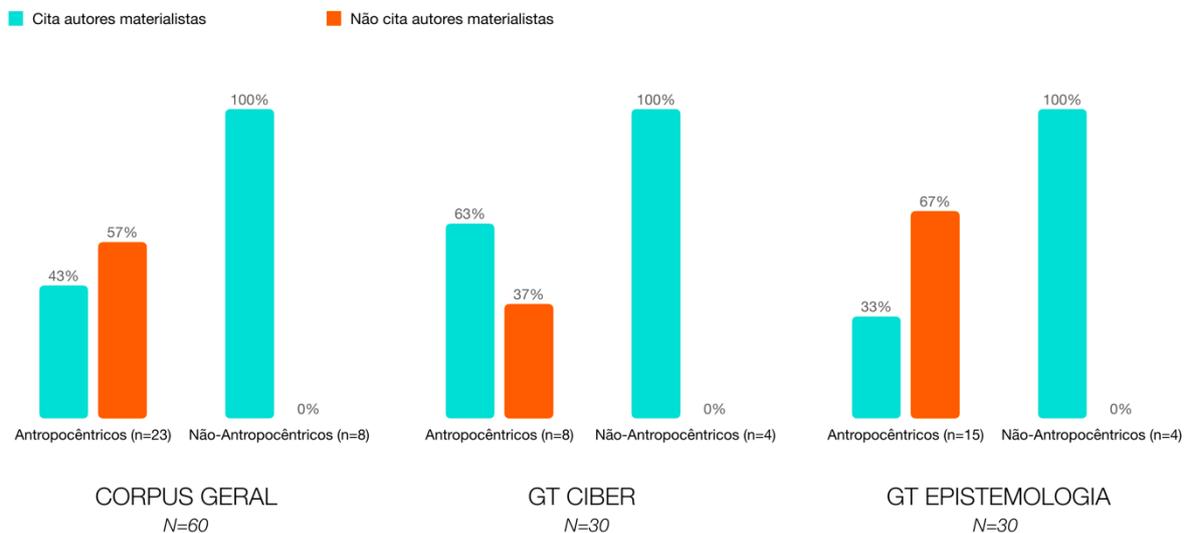


FIGURA 6 – Distribuição das citações de autores materialistas por abordagem no corpus (e nos GT)
FONTE - Autores

Investigando a relação entre as citações de obras materialistas e os posicionamentos antropocêntricos, verificou-se que 43% (10) dos textos que assumem essa perspectiva se

reportam a autores materialistas¹⁵. Em contraste, 100% (8) dos textos não-antropocêntricos recorrem aos estudos das materialidades em suas bibliografias. Observando o comportamento individual dos GT, nota-se que as pesquisas antropocêntricas que fazem referência ao materialismo são mais presentes nos trabalhos em Ciber (63%) que em Epistemologia (33%). No entanto, no recorte dos artigos não-antropocêntricos, todas as publicações referendam autores materialistas independentemente do GT em que estão alocadas.

Podemos afirmar que, além das características já levantadas nos tópicos anteriores, enquanto os trabalhos de orientação antropocêntrica fazem pouca referência aos estudos das materialidades (43%), os de perspectiva não-antropocêntrica se mostram 100% referendados nesse campo. De outra maneira, esses números corroboram com a classificação adotada nas nossas análises sinalizando para o fato de que o caráter antropocêntrico e não antropocêntrico atribuído aos textos investigados encontra eco nas bases teóricas sob as quais as pesquisas que compuseram nosso corpus se fundamentam.

¹⁵ Consideramos “materialistas” todos os trabalhos que abordam as materialidades de alguma maneira. Não diferenciamos materialistas de neomaterialistas. Estes seriam mais abertamente não antropocêntricos. Daí encontrarmos textos antropocêntricos que citam autores materialistas. 43% dos textos antropocêntricos do corpus citam autores materialistas e 57% não. Isso não significa que eles não sejam antropocêntricos, pois esse dado deve ser relativizado pelas análises anteriores apresentadas. Textos antropocêntricos não citam neomaterialistas, apenas os materialistas mais alinhados às materialidades do discurso, à semiótica. O aprofundamento dessa discussão será objeto de outra pesquisa, como já apontamos.

Síntese da pesquisa

Síntese dos principais aspectos por abordagem

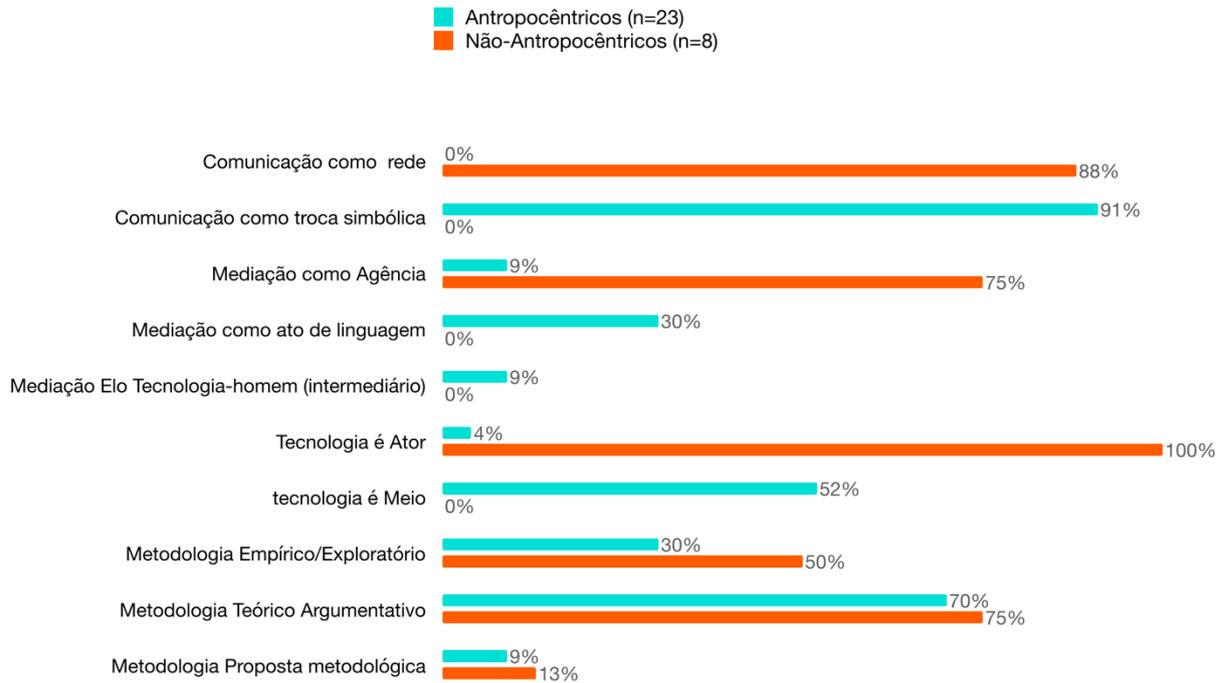


FIGURA 7 – Síntese das principais variações nas nuances da comunicação, da mediação, da tecnologia e do perfil metodológico encontrados no total de textos que pertencem a cada abordagem.

FONTE - Autores

Os achados deixam evidente que os artigos do corpus com perspectiva antropocêntrica (n=23) caracterizam os fenômenos comunicacionais como relações de alteridade e trocas simbólicas restritas aos humanos (91%); pouco valorizam o debate sobre as mediações (48%) e quando o fazem, recorrem à noção de mediação enquanto relações que se realizam pelo viés da linguagem (30%); tendem a reduzir as mídias e as tecnologia à condição de meros intermediários (52%); possuem um perfil metodológico preponderantemente teórico (70%) com pouca discussão amparada em explorações empíricas (30%) – Fig. 7.

Em contraste, os achados revelam que os textos não-antropocêntricos optam pela noção de rede sociotécnica em lugar da ideia de trocas simbólicas para definir comunicação (88%). Ao fazê-lo, esses trabalhos se mostram mais propensos a enxergar as mediações enquanto processos onde a agência é distribuída entre entidades humanas e não-humanas (75%), valorizando os debates sobre a tecnologia de maneira mais atenta aos modos como os artefatos coproduzem as práticas comunicacionais na condição de atores plenos (100%) e adotando

estratégias metodológicas que mantêm uma relação mais estreita entre reflexões teóricas (75%) e explorações empíricas (50%) (Fig. 7).

Se por um lado os estudos antropocêntricos trazem inegáveis contribuições para uma melhor compreensão acerca dos aspectos subjetivos, perceptivos que envolvem as práticas comunicacionais nos ambientes algorítmicamente performativos atuais; por outro, defendemos que essa postura acarreta o risco de se valer de bases epistemológicas incompatíveis com as pluralidades materiais que compõem a ontologia emergente dos fenômenos comunicacionais digitais. Neste sentido, as proposições não-antropocêntricas surgem enquanto alternativas interessantes ao mapeamento dos problemas comunicacionais das sociedade contemporânea, regida por plataformas digitais e lógicas algorítmicas.

9. Considerações finais

Como sinalizamos no início desse artigo, nosso objetivo aqui é apontar para a pouca sensibilidade dos estudos nos GT Epistemologia e Ciber sobre os aspectos materiais dos processos comunicativos. A posição antropocêntrica parece ser ainda uma característica do campo da comunicação no Brasil. Pode ser interessante replicar a pesquisa em outros GT (outros grupos de pesquisa com outros interesses) para saber se essa é também uma realidade. Do mesmo modo que o uso de um corpus mais amplo também poderia proporcionar resultados mais sólidos. Mas, para o nosso objetivo nesse artigo, confirmar nossa hipótese em um GT que trata da epistemologia da comunicação e em outro sobre os problemas da cultura digital, nos parece sintomático da área.

Os dados apontam para uma confirmação da nossa hipótese inicial. Pode-se dizer que o viés antropocêntrico é majoritário mas que a sensibilidade neomaterialista começa a emergir no país. Os achados mostram que, no corpus geral, 38% dos textos são antropocêntricos, sendo que desses, 27% estão no GT Comunicação e Ciberultura e 50% no GT Epistemologia da Comunicação. Os textos não antropocêntricos são 13% do corpus geral (sendo 13% em cada um dos GTs).

Nossa posição aqui é crítica. Defendemos que entender os processos da cultura digital é impossível hoje (desde sempre, mas urgente hoje) sem levar em conta a agência e a performatividade de sistemas algoritmos autônomos. E isso se torna uma questão maior para a

área diante da expansão da PDPA e do capitalismo de dados (VARIAN, 2010, 2014; ZUBOFF, 2015). É importante, portanto, estarmos atentos à essa “virada neomaterialista” e incluir as ações das materialidades físicas e digitais nas análises que constituem as mediações nas redes sociotécnicas comunicacionais. Não podemos nos privar de criticar limites de perspectivas antropocêntricas no enfrentamento desse novo cenário. Isso não significa, entretanto, defender que toda a pesquisa no campo deve ser centrada nas análises materiais dos fenômenos comunicacionais, tampouco questionar o mérito ou a legitimidade das pesquisas que assumem posicionamentos distintos. Entre os artigos de viés antropocêntricos analisados, há diversas contribuições para o entendimento da subjetividade, da comunicação interpessoal, do poder e do capital, das representações e das imagens que são bem-vindas e fundamentais para a área.

Buscamos chamar a atenção sobre a pouca expressividade de estudos neomaterialistas e dos possíveis ganhos que eles podem trazer às investigações de fenômenos comunicacionais mais recentes. Não se trata, portanto, de deslegitimar estudos antropocêntricos, mas de atestar para o pouco número de estudos neomaterialistas no campo da comunicação no Brasil.

Referências

- BARAD, K. **Meeting the universe halfway: quantum physics and the entanglement of matter and meaning**. Durham, London: Duke University Press, 2007.
- BITENCOURT, E. C. **Smartbodies. Corpo, tecnologias vestíveis e performatividade algorítmica: Um estudo exploratório dos modos heurísticos de corporar na plataforma Fitbit**. [s.l.] Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia (UFBA), 2019.
- CHARMAZ, K. **A construção da teoria fundamentada: um guia prático para análise qualitativa**. Tradução Joice Elias Costa. Porto Alegre: [s.n.].
- FOX, N. J.; ALLDRED, P. **Sociology and the New Materialism. Theory, Research, Action**. London, England: SAGE Publications, 2017.
- GAMBLE, C. N.; HANAN, J. S.; NAIL, T. What Is New Materialism? **Angelaki - Journal of the Theoretical Humanities**, v. 24, n. 6, p. 111–134, 2019.
- GRUSIN, R. (ed.) **The Nonhuman Turn**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2015a.
- _____. Radical Mediation. **Critical Inquiry**, Chicago, University of Chicago Press, Vol. 42, No. 1, p. 124–148, 2015b.
- LATOUR, B. Uma Sociologia Sem Objeto? **Revista Valise**, v. 5, n. 10, p. 165–187, 2015.
- LATOUR, B. **Enquête sur les modes d’existence. Une anthropologie des modernes**. Paris: La Découverte, 2012.
- LEMOS, A. **Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital**. In **Revista Galáxia**, abril 2020a (no prelo).
- LEMOS, A. Comunicação e Mediação. In Alzamora, G; Coutinho, F.; Ziller, J. **Dossiê Bruno Latour**. Belo Horizonte: Editora UFMG. 2020b. (no prelo).

- LEMOS, A. Os desafios atuais da Cibercultura. In **Jornal Correio do Povo**, Porto Alegre, 15/06/2019.
- LEMOS, A.; BITENCOURT, E. “Move and Be Healthy!”: Performative Sensibility and Body Experiences Mediated by Wearable Devices in Brazil. In: PEREIRA NETO, A.; FLYNN, M. B. (Eds.). **The Internet and Health in Brazil : Challenges and Trends**. Cham: Springer International Publishing, 2019. p. 415–434.
- MAYER-SCHÖNBERGER, V.; CUKIER, K. **Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think**. Kindle ed. [s.l.] Houghton Mifflin Harcourt, 2013.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. DE. **The Platform Society**. New York: Oxford University Press, USA, 2018.
- VARIAN, H. R. Computer Mediated Transactions. **American Economic Review**, v. 100, n. 2, p. 1–10, 2010.
- VARIAN, H. R. Beyond Big Data. **Business Economics**, 2014.
- ZUBOFF, S. Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, v. 30, n. 1, p. 75–89, 2015.