Midiatizações Sociotécnicas: farejar o social das mídias digitais e seguir os rastros das humanidades

Tiago Barcelos Pereira Salgado
Universidade Federal de Minas Gerais

Palavras-chave: humanidades digitais; midiatização sociotécnica; mídias digitais; rastros digitais; Teoria Ator-Rede.

RESUMO EXPANDIDO

Partindo da premissa de que quando o social se torna midiatizado, as humanidades se tornam digitais, esta proposta questiona: Como e de quais maneiras os não humanos (máquinas e objetos técnicos) integram os processos de midiatização? Nosso intuito é integrar as mediações sociotécnicas aos estudos em midiatização, entendendo que as mídias não são meros instrumentos de operação infocomunicacional (intermediação), mas ambientes midiáticos que produzem, transformam e reconfiguram sentidos de conteúdos que neles circulam por meio de associações entre entidades de diferentes tipos.

De acordo com esta perspectiva, entendemos que apreender a midiatização, processo não completo e não hegemônico em vias de implementação em sociedades urbanizadas e industrializadas (VERÓN, 2001), que não alcança todas as esferas (política, religião, educação etc.) e classes da mesma maneira, como defenderemos neste trabalho, implica mais do que apenas em considerar a centralidade das mídias nos processos interacionais – meios de referência e privilegiados – e de mediações culturais (BRAGA, 2006; HEPP, 2013; HJARVARD, 2012). Reivindicamos que pesquisas sobre processos de midiatização precisam necessariamente levar em conta a digitalização dos meios de comunicação e informação e das humanidades, de maneira que possamos considerar outras mediações, como a dos não humanos (máquinas e objetos técnicos), uma vez que passamos de uma "comunicação de massa" e "mídias de massa" para uma "comunicação digital e algorítimica", operada pela intermedialidade, transmedialidade e compartilhamento de conteúdos em fluxo, como procuraremos argumentar neste trabalho.

Assim, compreendemos que os processos de midiatização são múltiplos e compostos em temporalidades distintas para grupos diferentes de pessoas (HEPP, 2014). Em função da digitalização, os meios assumem a via privilegiada de mediações de múltiplas ordens (culturais, sociais, hierárquicas, institucionais etc.). Neste sentido, adentramos à *lógica da mídia* (HJARVARD, 2015), cada vez mais dependentes das mídias e de seu *modus operandi*.

Entretanto, apesar de os autores até aqui mencionados ressaltarem tais aspectos que apontamos, eles relegam os meios técnicos a um segundo plano ou contexto no qual a midiatização se daria e seria tornada possível e intensificada. É preciso considerar as mediações sociotécnicas ao discutirmos midiatização, ou seja, as ações de objetos técnicos, máquinas e ambiências midiáticas, as massas por muito tempo ausentes da sociologia e da comunicação (LATOUR, 1992, 1994; CALLON, 2008). Está é a nossa proposta: considerar os objetos e as mídias não como meros intermediários à serviço do humano, mas como mediadores dos processos de midiatização, que transformam, modificam e alteram sentidos ao deslocarem e hospedarem conteúdos que neles circulam (LATOUR, 2005). Os meios são mais que suportes; são ambiências de mediação que integram processos de midiatização em associação com os humanos.

Nesta dinâmica, em que as mídias assumem a centralidade dos processos interacionais ente humanos entre eles, humanos e não humanos (máquinas, objetos técnicos) e não humanos entre eles (Internet das Coisas, Inteligência Artificial, entre outros processos), as mídias digitais e *online* ganham relevância. Os dados que nelas circulam a respeito do social – não composto apenas de matéria ou elementos humanos, mas ainda por não humanos (LAW, 1992; LATOUR, 2005) –, passam a ser produzidos digitalmente, como argumenta Richard Rogers (2013, 2015). Esses dados não são mais unicamente digitalizados, migrando para o digital, mas são eles mesmos nativos digitais, ou seja, produzidos nos próprios meios digitais. Em função disso, é importante seguir os meios que se pesquisa e atentar para suas especificidades, aquilo que eles ofertam às ações de usuários/as e algoritmos, suas *affordances*. Como defende Rogers (2013), é preciso se pesquisar não apenas *os* meios ou *neles*, mas *com* eles.

Pesquisar *com* os meios, portanto, considerando-os como mediadores, implica investigar os rastros digitais que neles são deixados, seja por humanos, conteúdos, algoritmos ou *affordances* das ambiências midiáticas. Logo, entendemos que esses rastros digitais são deixados pelas variadas ações performadas por múltiplos *actantes* – termo que se refere ao papel de uma entidade humana ou não em uma narrativa pela semiótica de Algirdas Greimas e retomado pela Teoria Ator-Rede. Ao se apreender tais rastros, é possível se retraçar o social e perceber a composição performática da realidade (LATOUR, 2000, 2005; LAW, 2011; BRUNO, 2012). Neste sentido, a dinâmica de produzir e deixar rastros pode ser entendida como comunicação (BRUNO, 2012). Conforme estas visadas teóricas que por nós serão adotadas, nem o social, nem a sociedade, nem a realidade estão dados *a priori*, mas são produzidos pelas ações de

variadas entidades em associações temporárias e imprevisíveis que operam múltiplas mediações de ordem sociotécnica, ou seja, que conjugam humanos e máquinas.

Com relação a essas ações, cabe pontarmos que, em ambiências midiáticas digitais (BARICHELLO; CARVALHO, 2013), ou seja, ambientes compostos por meios de comunicação e informação digitais, que operam pela lógica da digitalização e conexão intermídia em associação à lógica massiva (autores removidos para avaliação cega), as *affordances* (GIBSON, 1982, 2015) de cada meio operam no direcionamento das ações dos/as usuários/as. Semelhantemente, estas ações também incidem nas maneiras como as plataformas midiáticas agem, indicando, sugerindo e recomendando o que os/as usuários/as devem visualizar primeiro e o que ou quem devem visualizar. As *affordances* midiáticas (BUCHER; HELMOND, 2016), dessa maneira, qualificam os ambientes midiáticos, que se encontram em constante modificação e atualização em razão das distintas performances que decorrem para sua configuração.

É válido pontuarmos, ainda, que o grande volume de dados variados produzidos digitalmente a uma velocidade exorbitante e estocados em bancos de dados, o intitulado *Big Data*, marca a virada computacional e a digitalização das humanidades (MANOVICH, 2015a, 2015b; MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013). As humanidades digitais ou humanidades computacionais podem ser entendidas enquanto um campo de estudos, pesquisas, investigações, teorias, métodos e análises de bases de dados textuais na interseção da computação com as humanidades e apresentação de resultados em forma digital. O interesse está nos modos de afetação das mídias nas disciplinas humanas e sociais e como estas disciplinas contribuem para o conhecimento em computação (KIRSCHENBAUM, 2012).

Dessa maneira, visamos problematizar que a nova disponibilidade de dados digitais implica na inclusão das mediações sociotécnicas, operadas na conjunção de humanos e ambiências midiáticas e na revisão do o campo comunicacional tem entendido por "social". Segundo, então, as orientações e pressupostos da Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2005, 2012), é preciso seguir indivíduos e suas conexões a partir do conjunto de dados digitais que produzem, sem fracionar as análises em componentes individuais ou estruturas agregadas. Trata-se, portanto, de se considerar as "redes ator-rede", em que o macro não pode ser reduzido ao micro e nem o micro ser pensado em desconexão ao macro (LATOUR, 2012; **VENTURINI; MUNK; JACOMY, no prelo**).

Referências

BARICHELLO, Eugenia M. R.; CARVALHO, Luciana M. Mídias sociais digitais a partir da ideia mcluhiana de médium-ambiência. **Matrizes**, São Paulo, v. 7, n. 1 p. 235-246, jan./jun. 2013. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/56656/59683>. Acesso em: 20 out. 2013.

BRAGA, José Luiz. Sobre "mediatização" como processo interacional de referência. In:

ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15, 2006, Bauru-SP. **Anais...** São Paulo: Associação

Nacional dos programas de Pós-graduação em Comunicação, 2006. Disponível em:

<http://www.compos.org.br/data/biblioteca_446.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2011.

BRUNO, Fernanda. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Famecos**, Porto

Alegre, v. 19, n. 3, p. 681-704, set./dez. 2012. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12893/0>.

Acesso em: 26 nov. 2014.

BUCHER, Taina; HELMOND, Anne. The Affordances of Social Media Platforms. Pre-publication print, June 2016. In: BURGESS, Jean; POELL, Thomas; MARWICK, Alice (Orgs.). **The SAGE Handbook of Social Media.** London, New York: SAGE Publications. Disponível em: <http://www.annehelmond.nl/wordpress/wp-content/uploads//2016/07/BucherHelmond_SocialMediaAffordances-preprint.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2016.

CALLON, Michel. Dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos gerenciamentos econômicos. **Sociologias**, ano 10, n. 19, p. 302-321, jan./jun. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222008000100013>. Acesso em: 26 nov. 2014.

GIBSON, James J. Notes on affordances. In: GIBSON, James J.; REED, Edward S.; JONES, Rebecca (Orgs.). **Reasons for realism:** Selected Essays of James J. Gibson. London: Lawrence Erlbaum Associates, 1982. p. 401–418.

GIBSON, James J. **The Ecological Approach to Visual Perception.** New York: Psychology Press, 2015. Classic Editions.

HJARVARD, Stig. Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 51-62, 2/2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331/339>. Acesso em: 25 nov. 2015.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, jan./jun. 2014.

HEPP, Andreas. The mediatization of culture. In: HEPP, Andreas. **Cultures of mediatization.** Cambridge: Polity Press, 2013. Cap. 3, p. 29-68.

KIRSCHENBAUM, Matthew. What Is Digital Humanities and What's It Doing in English

Departments? In: GOLD, Mathhew K. (Ed.). **Debates in the Digital Humanities.** Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 2012. p. 3-11.

LATOUR, Bruno. [1987] **Ciência em ação:** como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos:** ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

LATOUR, Bruno. Where are the missing masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts. In: BIJKER, W.; LAW, J. (Eds.). **Shaping technology/Building Society:** Studies in Sociotechnical Change. Cambridge, Mass: MIT Press, 1992, p. 225-259. Disponível em: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/50-MISSING-MASSES-GB.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2014.

LATOUR, Bruno. **Reasembling the Social:** An Introduction to Actor-Network-Theory. New York: Oxfod University Press, 2005.

LATOUR, Bruno. The whole is always smaller than its part's: a digital test of Gabriel Tarde's Monads.**British Journal of Sociology**, v. 63, n. 4, p. 591-615, 2012. Disponível em: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/123-MONADS-BJSpdf.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2016.

LAW, John. Collateral realities. In: RUBIO, Fernando D.; BAERT, Patric. (Eds.). **The Politics of Knowledge.** London: Routledge, 2011. p. 156-178. Disponível em: <http://heterogeneities.net/publications/Law2009CollateralRealities.pdf>. Acesso em: 29 out. 2014.

LAW, John. Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy and Heterogeneity. **Systems Practice**, v. 5, n. 4, p. 379-393, jan. 1992. Disponível em: <http://www.heterogeneities.net/publications/Law1992NotesOnTheTheoryOfTheActorNetwork.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2016.

MANOVICH, L. A Ciência da Cultura? Computação Social, Humanidades Digitais e Analítica Cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 67-83, jul./dez. 2015a.

http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/111716/109719

MANOVICH, L. A. O Banco de Dados. **EcoPós**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 7-26, 2015b. https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/2366/2024

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big Data:** como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ROGERS, Richard. Digital Methods for Web Research. In: Scott, R.A.; Kosslyn, S.M. (Eds.). **Emerging trends in the social and behavioral sciences:** an interdisciplinary, searchable, and linkable resource. New York: John Wiley & Sons, 2015. p. 1-22. Disponível em: <http://www.govcom.org/publications/full_list/etrds0076.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2016.

ROGERS, Richard. The End of the Virtual: Digital Methods. In: ROGERS, Richard. **Digital Methods.** Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2013. p. 19-38.

VENTURINI, T.; MUNK, A.; JACOMY, M. **Actor-Network VS Network Analysis VS Digital Networks: Are We Talking About the Same Networks?** In: RIBES, D.; VERTESI, J. (Eds.). ***DigitalSTS: A Handbook and Fieldguide*** **(forthcoming).** Disponível em: <http://www.tommasoventurini.it/wp/wp-content/uploads/2015/05/Venturini-Munk_Jacomy_ANT-vs-SNA-vs-NET.pdf>. Acesso em: 02 set. 2016.

VERÓN, Eliseo. **El cuerpo de las imágenes.** Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001.