

Antropocentrismo e Comunicação: Análise dos GT da COMPÓS “Epistemologia da comunicação” e “Comunicação e Cibercultura” de 2017 a 2019^[*]

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

André Lemos^[**]
almlemos@gmail.com

Elias Bitencourt^[**]
eliasbitencourt@gmail.com

RESUMO

O 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 são desenvolvidas a partir de um viés antropocêntrico. Foram analisados 60 artigos. Os dados mostram que, entre os 37 textos com posição epistemológica evidente, 62% são antropocêntricos, e 13% não antropocêntricos. Desse total de publicações, as antropocêntricas representam 50% do GT Comunicação e Cibercultura e 71% do GT Epistemologia da Comunicação. Embora a abordagem não probabilística usada na investigação não permita generalizar os achados, os resultados encontrados corroboram com a hipótese levantada, indicando que, apesar de emergente, o viés antropocêntrico ainda é majoritário.

Palavras-chave: Comunicação. Antropocentrismo. Compós. Neomaterialismo.

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 among the 37 texts with evident epistemological position, 62% are anthropocentric, and 13% non-anthropocentric, 50% are in Communication and Cyberculture WG, and 71% in Epistemology of Communication 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 it is rising, anthropocentric perspectives still predominate.

Keywords: Communication. Anthropocentrism. Compós. Neomaterialism.

^[*] Trabalho aprovado para ser apresentado no Grupo de Trabalho Epistemologia do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS e autorizado para publicação antecipada pela ocasião da pandemia COVID-19.

^[**] Universidade Federal da Bahia (UFBA). Av. Adhemar de Barros, s/nº - Ondina, Salvador (BA).

Introdução

Esse artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla^[1] que visa desenvolver abordagens neomaterialistas aplicadas a produtos da cultura digital contemporânea^[2]. O neomaterialismo constitui o que muitos autores têm chamado de “virada não humana” nas ciências sociais (Grusin, 2015a, 2015b). A finalidade dessa leitura neomaterialista aplicada aos estudos de comunicação é de não negligenciar agências materiais envolvidas nos processos comunicacionais, principalmente levando em consideração o estado atual da cultura digital.

O artigo não pretende esgotar essa discussão, mas testar uma primeira hipótese de pesquisa que sugere, assim como autores importantes indicam isso em relação às ciências sociais e à filosofia (Bennet, 2010; Harman, 2011; Latour, 2012b; Mark, 2014), que os estudos em comunicação dão pouca atenção a essa questão. Aqui a ênfase será dada ao mapeamento dos principais aspectos que compõem as abordagens comunicacionais dos trabalhos apresentados em dois importantes GT da Compós – Epistemologia e Cibercultura. Os achados desse artigo não pretendem generalizar o estado da arte no campo, mas apontar as tendências antropocêntricas e neomaterialistas nos estudos em comunicação.

Por perspectiva neomaterialista (Lemos, 2020, 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 di-

versos 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 materiais^[3] (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, 2020). Certamente, teorias da comunicação podem ser incluídas como precursoras da corrente neomaterialista como por exemplo a teoria das materialidades da comunicação de origem germânica, a semiótica, ou algumas vertentes dos estudos culturais. No entanto, a perspectiva neomaterialista aceita de forma ainda mais radical uma ontologia plana na qual objetos, incluindo humanos, agem, a depender da associação, de forma absolutamente simétrica (Bennet, 2010; Harman, 2011; Latour, 2012; Mark, 2014).

O argumento central do artigo é que grande parte das pesquisas da área de comunicação no Brasil ainda não estão suficientemente sensíveis à perspectiva neomaterialista, isto é, embora algumas vertentes reconheçam o papel importante dos objetos em determinados processos (como a semiótica, por exemplo), elas buscam mobilizar a argumentação em perspectivas simbólicas ou hermenêuticas centradas no sujeito humano. Para o apontamento do texto, consideramos

^[1] Pesquisas de André Lemos (“Comunicação, mediação e cibercultura”. CNPQ - Processo: 307448/2018-5) e de Elias Bitencourt (“Comunicação, Design, performatividade algorítmica e plataformas digitais”, POSCOM/UFBA)

^[2] Pesquisas desenvolvidas no Lab404 apontam esse problema. Ver <http://www.lab404.ufba.br/publicacoes/>.

^[3] 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 et al., 2019, p. 115)

qualquer aproximação materialista anterior nas teorias da comunicação como um sinal de reconhecimento e sensibilidade às questões dos objetos e das condições materiais. Mas há diferenças entre diversas teorias materialistas ou pragmáticas (teoria ator-rede, teorias do agenciamento, semiótica, teoria das materialidades da comunicação, filosofia orientada a objeto, pragmática da comunicação) que não podemos explorar no espaço desse artigo¹⁴.

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) explorando as agências que ganham relevo nessa associação e produzem as experiências de dataficação das atividades físicas. Como objeto empírico, elegeu-se a Fitbit, que figura entre as três maiores empresas no mercado global de wearables. Foram investigados os temas de 221.388 mil (47,4%. De uma forma geral, os estudos em comunicação adotam teorias que apontam para a agência de objetos, tecnologias, processo e infraestruturas, mas, via de regra, essas abordagens ainda continuam refêns de perspectivas antropocêntricas, não reconhecendo o papel simétrico que as mediações dos objetos algorítmicamente performativos possuem na coautoria dos fenômenos investigados.

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. Mediação aqui refere-se a todo e qualquer processo que envolve atores que se transformam no curso da ação, podendo esses atores serem humanos e não humanos em uma topologia plana. Portanto, diferente do que se sustenta em muitos estudos de comunicação, a mediação não é privilégio do sujeito (ou de linguagem simbólica humana).

A corrente neomaterialista entende mediação como o que Richard Grusin propõe chamar de “mediação radical”, incluindo humanos e não excluído objetos que em determinadas associações produzem agências recíprocas. Na cultura digital atual, e em outros diversos processos de comunicação é impossível compreender o problema em questão através de análises insensíveis à essas agências. Controvérsias centradas apenas nos humanos ou nos objetos faz

com que o cerne da ação possa passar despercebido.

Não podemos, por exemplo, entender a mediação nas redes sociais tendo apenas como polo de comunicação e/ou atenção, os sujeitos que intencionalmente trocam mensagens. A plataforma atua mobilizando atores importantes – como algoritmos de recomendação baseados em aprendizagem de máquina e interfaces inteligentes – que agem de maneira autônoma e coproduzem o fenômeno na rede.

Portanto, o objetivo é chamar a atenção para uma suposta centralidade das abordagens antropocêntricas na área de comunicação no país, usando de recursos empíricos que permitam testar essa hipótese. Para tanto, analisamos todos os textos de dois importantes Grupos de Trabalho (GT) da Compós¹⁵ – 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.

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 (Strauss & Corbin, 2008); c) identificação dos autores citados nas referências que discutem ou compõem o campo dos estudos em materialidade e; d) análise 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

¹⁴ Essa discussão sobre a história, autores e as diferentes abordagens teóricas sobre o neomaterialismo será objeto de outro artigo. Para uma visão geral, ver Gamble, Hanan e Nail (2019).

¹⁵ Ver <http://compos.org.br>

Grupo do Código	Código	Definição	GT CIBER				GT EPISTEMOLOGIA				Corpus		
			Total de textos no GT Ciber (N=33)	Percentual no GT Ciber	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT CIBER	Percentual no Corpus (N=66)	Total de textos no GT Epistemologia (N=32)	Percentual no GT Epistemologia	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT EPI.	Percentual no Corpus (N=66)	Total Geral dos textos	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no Corpus	Percentual do total de textos em relação ao Corpus Geral (N=66)
Abordagem	Não-Antropocêntrico	O texto critica o viés antropocêntrico ou adota viés neomaterialista e não-antropocêntrico	4	13,3%	25,0%	6,7%	4	13,3%	19,0%	6,7%	8	21,6%	13,3%
	Antropocêntrico	Retorna ou parte de viés antropocêntrico privilegiando os filtros da linguagem humana, da consciência e da hermenêutica para ler os fenômenos	8	26,7%	50,0%	13,3%	15	50,0%	71,4%	25,0%	23	62,2%	38,3%
	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%	25,0%	6,7%	2	6,7%	9,5%	3,3%	6	16,2%	10,0%
	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	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%	33,3%	8,3%	5	16,7%	22,7%	8,3%	10	27,0%	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%	66,7%	16,7%	18	60,0%	81,8%	30,0%	28	75,7%	46,7%
	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%
Definição de Mediação	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%	52,4%	18,3%	2	6,7%	28,6%	3,3%	13	46,4%	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%	9,9%	3,3%	4	13,3%	57,1%	6,7%	6	21,4%	10,0%
	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%	38,1%	13,3%	3	10,0%	42,9%	5,0%	11	39,3%	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%
Entendimento sobre a tecnologia	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%	38,8%	16,7%	4	13,3%	36,4%	6,7%	14	37,8%	23,3%
	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%	61,9%	26,7%	7	23,3%	63,6%	11,7%	23	62,2%	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%
Metodologia	Empírico/exploratório	Pesquisa apoiada em exploração e base empírica própria	19	63,3%	-	31,7%	8	26,7%	-	13,3%	27	-	45,0%
	Técnico argumentativo	Artigo preponderantemente 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	Documentos, Artigos, Teses, Dissertações	2	6,7%	-	3,3%	6	20,0%	-	10,0%	8	-	13,3%
		Tecnologia ou mídia específica	23	76,7%	-	38,3%	2	6,7%	-	3,3%	25	-	41,7%
	Técnico	Campo da comunicação, metodologia ou corrente específica	11	36,7%	-	18,3%	23	76,7%	-	38,3%	34	-	56,7%

Tabela 1. Lista de códigos usados na classificação dos artigos.

Table 1. Code book used to classify the papers.

Fonte: Autores

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 em duas etapas e observaram parâmetros epistemológicos e metodológicos derivaram da literatura específica acerca da virada material dos objetos nas ciências sociais (Fox & Alldred, 2017; Gamble et al., 2019; Latour, 2015)¹⁶. Na primeira foram observados os seguintes critérios: a) pesquisas que assumiam posicionamento antropocêntrico; b) publicações que criticavam o antropocentrismo¹⁷ e; c) textos que não apresentavam uma posição clara,

ou não tinham essa problemática como elemento central dos debates. Na segunda, as análises procuraram 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?

Os achados foram refinados entre os dois autores em sucessivas reuniões de discussão, dando origem ao conjunto de códigos que permitiu classificar os trabalhos dos GT segundo os aspectos listados na tabela 1. Embora

¹⁶ Essa leitura foi realizada baseada na bibliografia atual sobre neomaterialismo. Para uma visão geral ver Lemos (2020) e as referências indicadas no final desse artigo.

¹⁷ Embora o neomaterialismo abarque múltiplas agendas e nuances que fogem ao alcance de discussão desse trabalho, os textos classificados como não antropocêntricos podem ser entendidos, aqui, como publicações mais próximas às perspectivas neomaterialistas.

Grupo do Código	Código	GT CIBER				GT EPISTEMOLOGIA				Corpus		
		Total de textos no GT Ciber (N=30)	Percentual no GT Ciber	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT CIBER	Percentual no Corpus (N=60)	Total de textos GT Epistemologia (N=30)	Percentual no GT Epistemologia	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT EPIS.	Percentual no Corpus (N=60)	Total Geral dos textos	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no Corpus	Percentual do total de textos em relação ao Corpus Geral (N=60)
Abordagem	Não-Antropocêntrico	4	13,3%	25,0%	6,7%	4	13,3%	19,0%	6,7%	8	21,6%	13,3%
	Antropocêntrico	8	26,7%	50,0%	13,3%	15	50,0%	71,4%	25,0%	23	62,2%	38,3%
	Outros	4	13,3%	25,0%	6,7%	2	6,7%	9,5%	3,3%	6	16,2%	10,0%
	Não se aplica	14	46,7%	-	23,3%	9	30,0%	-	15,0%	23	-	38,3%

Tabela 2. Distribuição dos textos no corpus (e nos GT) por abordagem.

Table 2. Distribution of texts in the corpus (and WG) by types of epistemological approach.

Fonte: Autores

os procedimentos de codificação focada empregados sejam devedores das teorias fundamentadas em dado – Grounded Theory (Charmaz, 2009) –, tais protocolos foram aplicados à luz da Teoria Ator-Rede (Latour, 2005). A criação das categorias analíticas teve por finalidade mapear as associações entre os principais aspectos teóricos e metodológicos das publicações do corpus de modo que, quando articulados, permitissem caracterizar as abordagens antropocêntricas e neomaterialistas presentes nos GT explorados. O desenho metodológico desse estudo, portanto, não pretende identificar correntes específicas do campo epistemológico para contrapor-las aos argumentos neomaterialistas. Buscamos a descrição quantitativa das variáveis (e da associação entre elas) que particularizam as posições antropocêntricas ou neomaterialistas nas publicações analisadas, permitindo uma avaliação inicial das escolhas epistemológicas.

A quarta etapa 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 pesquisadores¹⁸¹. 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 tema.

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. Para a descrição quantitativa das categorias “abordagem”, “definição de comunicação”, “definição de mediação e “entendimento sobre a tecnologia” excluiremos os trabalhos que pertencem à subcategoria “não se aplica”.

O lugar do antropocentrismo nos estudos dos GT

No que toca a Abordagem, verificamos que entre o total dos 60 textos investigados, 62,2% assumem uma perspectiva antropocêntrica para analisar os fenômenos comunicacionais. sendo 71,4% no GT de epistemologia e 50% no GT Ciber (Tabela 2).

¹⁸¹ 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.

Analisando o total do corpus, 21,6% 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, sendo 25% no GT Ciber e 19% no GT Epistemologia. 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. Nesmo os grupo de trabalho em cibercultura, cujos interesses tendem a privilegiar as tecnologias emergentes nos debates, o valor é relativamente pequeno.

Comunicação: entre a alteridade humana e agência das coisas

Observando as definições de comunicação mais frequentes durante a leitura do corpus, identificamos que 75,7% dos trabalhos se apoiam em uma ideia de comunicação amparada na relação, na alteridade, na troca de informação entre humanos. Apenas 27% das pesquisas evocam a compreensão da comunicação como um acontecimento-rede, entrelaçamento (BARAD, 2007), ator-rede (LATOURE, 2005), composto por agentes humanos e não humanos 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 intermediários¹⁹¹, instrumentos, meios, à serviço das trocas humanas. Numa análise individual dos GT, observa-se a manutenção do padrão já verificado no tópico anterior: 81,8% dos textos do GT Epistemologia entendem a comunicação como relação entre humanos, sendo 66,7% no GT Ciber (Tabela 3).

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 (27%), quanto no interior dos GT analisados (22,7% em Epistemologia e 33,3% em Ciber). 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 mí-

dias ainda ocupam um espaço restrito nos debates do campo, mesmo naqueles fóruns onde as tecnologias emergentes costumam ser objeto central das investigações.

Definição de Mediação: entre os meios e a omissão

No tocante às definições de mediação 52,4% das publicações no GT Ciber a compreendem como agência – com acepção muito próxima à noção de “fazer-fazer” cara aos estudos neomaterialistas –, e 38% como elo homem-tecnologia, ou seja apenas como “intermediário”. Já no GT epistemologia, 57% consideram mediação como ato de linguagem - ação discursiva atrelada aos atos de linguagem – fortemente influenciada por orientações de matriz semiótica, linguística e psicanalítica, e 42,9% como elo intermediário homem – tecnologia. Em termos gerais, o GT de Epistemologia, privilegia a ideia de mediação como mediação humana pelo viés da linguagem ou da intermediação tecnologia-homem. As pesquisas em Cibercultura destacam a ideia de agência (proxima do neomaterialismo) e de intermediação (Tabela 4).

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 (Tabela 2), 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 as consideram apenas enquanto “elo tecnologia-homem”, totalizam 48% dos trabalhos do GT Ciber. Em outras palavras, ainda parece haver oscilações entre a ideia de “mediação enquanto agência” e a tendência a tratá-la 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

¹⁹¹ Para Latour (2005), 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 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).

Grupo do Código	Código	GT CIBER				GT EPISTEMOLOGIA				Corpus		
		Total de textos no GT Ciber (N=30)	Percentual no GT Ciber	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT CIBER	Percentual no Corpus (N=60)	Total de textos GT Epistemologia (N=30)	Percentual no GT Epistemologia	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT EPIS.	Percentual no Corpus (N=60)	Total Geral dos textos	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no Corpus	Percentual do total de textos em relação ao Corpus Geral N=60)
Definição de comunicação	Rede de atores humanos e não-humanos	5	16,7%	33,3%	8,3%	5	16,7%	22,7%	8,3%	10	27,0%	16,7%
	Alteridade e trocas simbólicas	10	33,3%	66,7%	16,7%	18	60,0%	81,8%	30,0%	28	75,7%	46,7%
	Não se aplica	15	50,0%	-	25,0%	8	26,7%	-	13,3%	23	-	38,3%

Tabela 3. Distribuição dos textos no corpus (e nos GT) por definição de comunicação.

Table 3. Distribution of texts in the corpus (and WG) by communication conceptualization.

Fonte: Autores

Grupo do Código	Código	GT CIBER				GT EPISTEMOLOGIA				Corpus		
		Total de textos no GT Ciber (N=30)	Percentual no GT Ciber	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT CIBER	Percentual no Corpus (N=60)	Total de textos GT Epistemologia (N=30)	Percentual no GT Epistemologia	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT EPIS.	Percentual no Corpus (N=60)	Total Geral dos textos	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no Corpus	Percentual do total de textos em relação ao Corpus Geral N=60)
Definição de Mediação	Agência	11	36,7%	52,4%	18,3%	2	6,7%	28,6%	3,3%	13	46,4%	21,7%
	Ato de linguagem	2	6,7%	9,5%	3,3%	4	13,3%	57,1%	6,7%	6	21,4%	10,0%
	Elo tecnologia-homem (intermediário)	8	26,7%	38,1%	13,3%	3	10,0%	42,9%	5,0%	11	39,3%	18,3%
	Não se aplica	9	30,0%	-	15,0%	23	76,7%	-	38,3%	32	-	53,3%

Tabela 4. Distribuição dos textos no corpus (e nos GT) por definição de mediação.

Table 4. Distribution of texts in the corpus (and WG) by mediation conceptualization.

Fonte: Autores

tem em “produzir efeito” na sociedade, sem que para isso mereça uma posição simétrica de “ator comunicacional” junto aos humanos envolvidos no processo.

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 62,2% 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. O equilíbrio é total, variando pouco entre a consideração da tecnologia como ator ou como meio, com diferença de apenas 2 pontos percentuais em cada quesito nos GT e

no corpus (Tabela 5). Podemos dizer que o entendimento é similar nos diferentes grupos de trabalho. Se, por um lado, é possível afirmar que os debates epistemológicos parecem não dar muito destaque às tecnologias no tocante ao papel que estas desempenham na construção dos fenômenos investigados, já que 63% das publicações não abordam o tema, por outro, os dados parecem indicar que os posicionamentos de ambos os GT acerca da tecnologia tendem enxergá-la apenas como “meio”.

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. No GT Ciber 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

Grupo do Código	Código	GT CIBER				GT EPISTEMOLOGIA				Corpus		
		Total de textos no GT Ciber (N=30)	Percentual no GT Ciber	Percentual sem a categoria “Não se aplica” no GT CIBER	Percentual no Corpus (N=60)	Total de textos GT Epistemologia (N=30)	Percentual no GT Epistemologia	Percentual sem a categoria “Não se aplica” no GT EPIS.	Percentual no Corpus (N=60)	Total Geral dos textos	Percentual sem a categoria “Não se aplica” no Corpus	Percentual do total de textos em relação ao Corpus Geral N=60)
Entendimento sobre a tecnologia	Ator	10	33,3%	38,5%	16,7%	4	13,3%	36,4%	6,7%	14	37,8%	23,3%
	Meio	16	53,3%	61,5%	26,7%	7	23,3%	63,6%	11,7%	23	62,2%	38,3%
	Não se aplica	4	13,3%	-	6,7%	19	63,3%	-	31,7%	23	-	38,3%

Tabela 5. Distribuição dos textos no corpus (e nos GT) por entendimento do papel da tecnologia.

Table 5. Distribution of texts in the corpus (and WG) by the role of technology in communication.

Fonte: Autores

metodológico efetivo. Como resultado, encontramos textos que lexicalmente se aproximam de bases teóricas críticas ao antropocentrismo, mas que metodologicamente reiteram as posturas antropocêntricas.

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

No quesito metodológico, o corpus se mostra equilibrado em relação às pesquisas empíricas e as teóricas: 55% são preponderantemente construídos a partir de reflexões teóricas (podendo, ou não, se apoiar em achados empíricos) e 45% desenvolvem pesquisas empíricas próprias (Tabela 6). Os trabalhos que propõem métodos ou abordagens metodológicas somam 8% e os dedicados às revisões de literatura sobre um tema totalizam apenas 3% (Tabela 6).

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%). Já os estudos em Epistemologia apresentam comportamento inverso com 63% de publicações teóricas.

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 pon-

derar 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, em epistemologia essa distância sobe para 36 (Tabela 6). 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% 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% dos textos optam pela exploração qualitativa e/ou quantitativa de produções teóricas da área; e apenas 7% exploram alguma tecnologia ou mídia específica – entre os achados figuram uma pintura renascentista e um portal da internet. Já no GT Ciber 37% dos artigos têm como objeto de interesse o campo da comunicação (alguma corrente, escola ou vertente específica). Os artigos e produções da área surgem como alvo de exploração em apenas 7% dos trabalhos, ao passo que as mídias ou tecnologias específicas são o foco em 77% das pesquisas. Entre elas, destacam-se as redes sociais e plataformas digitais – presentes em 50% dos textos – e os jogos e aplicativos móveis – 25%.

Podemos dizer que, embora o corpus tenha um perfil composto por 57% de trabalhos cujo objeto de interesse é teórico e 47% textos que exploram tecnologias e mídias específicas na qualidade de objeto empírico, há notáveis diferenças entre GT, principalmente no que se refere à qualidade dos exemplos empíricos convocados nas investigações. Enquanto as tecnologias e mídias exploradas em Cibercultura dizem de tecnologias digitais recentes e orientadas pela

Grupo do Código	Código	GT CIBER				GT EPISTEMOLOGIA				Corpus		
		Total de textos no GT Ciber (N=30)	Percentual no GT Ciber	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT CIBER	Percentual no Corpus (N=60)	Total de textos GT Epistemologia (N=30)	Percentual no GT Epistemologia	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no GT EPIS.	Percentual no Corpus (N=60)	Total Geral dos textos	Percentual sem a categoria "Não se aplica" no Corpus	Percentual do total de textos em relação ao Corpus Geral N=60
Metodologia	Empírico/exploratório	19	63,3%	-	31,7%	8	26,7%	-	13,3%	27	-	45,0%
	Teórico argumentativo	14	46,7%	-	23,3%	19	63,3%	-	31,7%	33	-	55,0%
	Proposta metodológica	2	6,7%	-	3,3%	3	10,0%	-	5,0%	5	-	8,3%
	Revisão de literatura	0	0,0%	-	0,0%	2	6,7%	-	3,3%	2	-	3,3%

Tabela 6. Distribuição dos textos no corpus (e nos GT) por perfil metodológico.

Table 6. Distribution of texts in the corpus (and WG) by methodological approach.

Fonte: Autores

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.

Comunicação, mediação e tecnologia sob 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. Nosso esforço analítico não têm o intuito de

julgar o mérito das pesquisas que assumem qualquer uma das abordagens já mencionadas, mas 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.

Correlações entre (não) antropocentrismo e definição de comunicação

No tocante à noção de comunicação, verificou-se que 91% 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. 1).

Embora o número de textos antropocêntricos seja mais frequente no GT Epistemologia – 71% contra 50% em Ciber¹⁰¹ (Tabela 2) –, ambos os GT adotam perspectivas proporcionalmente similares. As pesquisas antropocêntricas que abordam comunicação como troca entre humanos somam 100% dos trabalhos tanto no GT Ciber e quanto em Epistemologia (Fig. 1).

Entre as publicações que assumem posição crítica ao antropocentrismo, a definição de comunicação adota um posicionamento oposto. Embora em menor número absoluto, 88% apresentam um entendimento de

¹⁰¹ Os percentuais se referem ao total de textos de cada GT, excluindo-se aqueles que pertencem à categoria “não se aplica” no quesito abordagem.

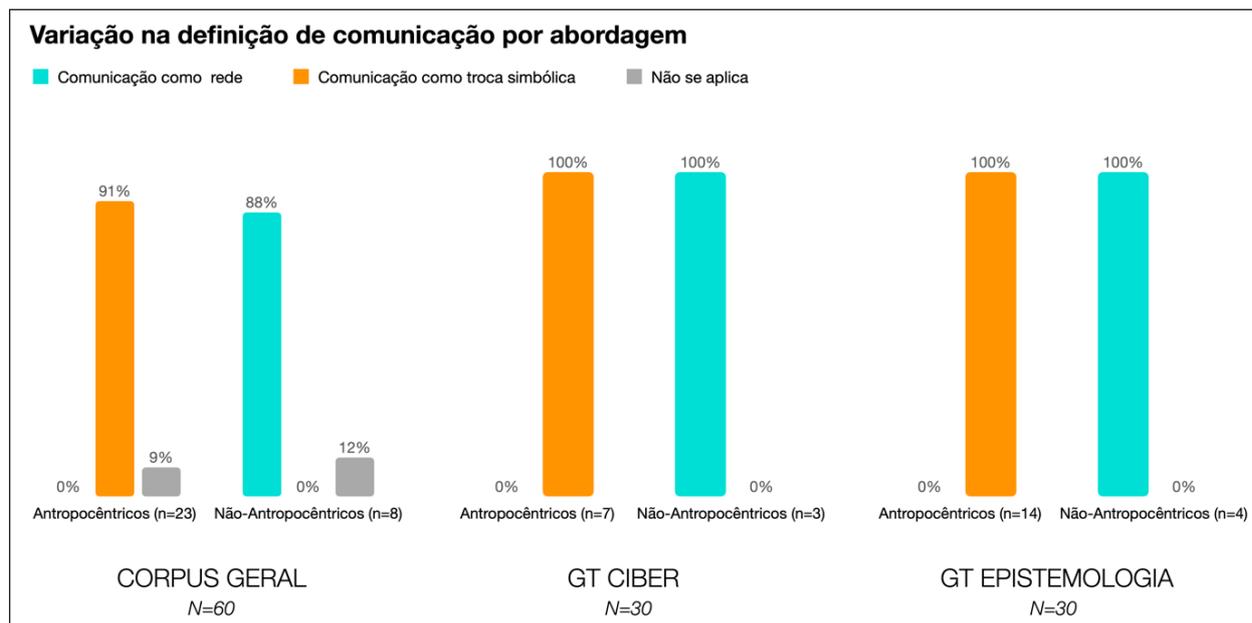


Figura 1. Distribuição das variações na definição de comunicação por abordagem no corpus (e nos GT).

Figure 1. Distribution of variations in the definition of communication by types of epistemological approach in the corpus (and in the WG).

Fonte: Autores

comunicação associado à noção de rede, colocando os atores humanos e não-humanos em posição de simetria na produção do fenômeno comunicacional; (Fig. 1). De maneira similar aos textos de perspectiva antropocêntrica, a relação entre não-antropocentrismo e comunicação é similar nos dois GT – 100% dos artigos que correlacionam definição de comunicação e perspectiva não antropocêntrica definem comunicação como rede (Fig.1).

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) preterir 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.

Correlações entre (não) antropocentrismo e definição de mediação

Do total de textos antropocêntricos que compuseram o corpus (n=23), notou-se que a temática da mediação não aparece enquanto questão central – 48% artigos não abordam o assunto diretamente ou o definem de maneira objetiva. Entre os 12 trabalhos restantes, 58% compreendem a mediação de maneira ampla, tratando-a enquanto relação tecnologia-homem; e 42% vinculam as mediações aos atos de linguagem mais apoiadas em correntes psicanalíticas, semióticas e linguísticas. So-

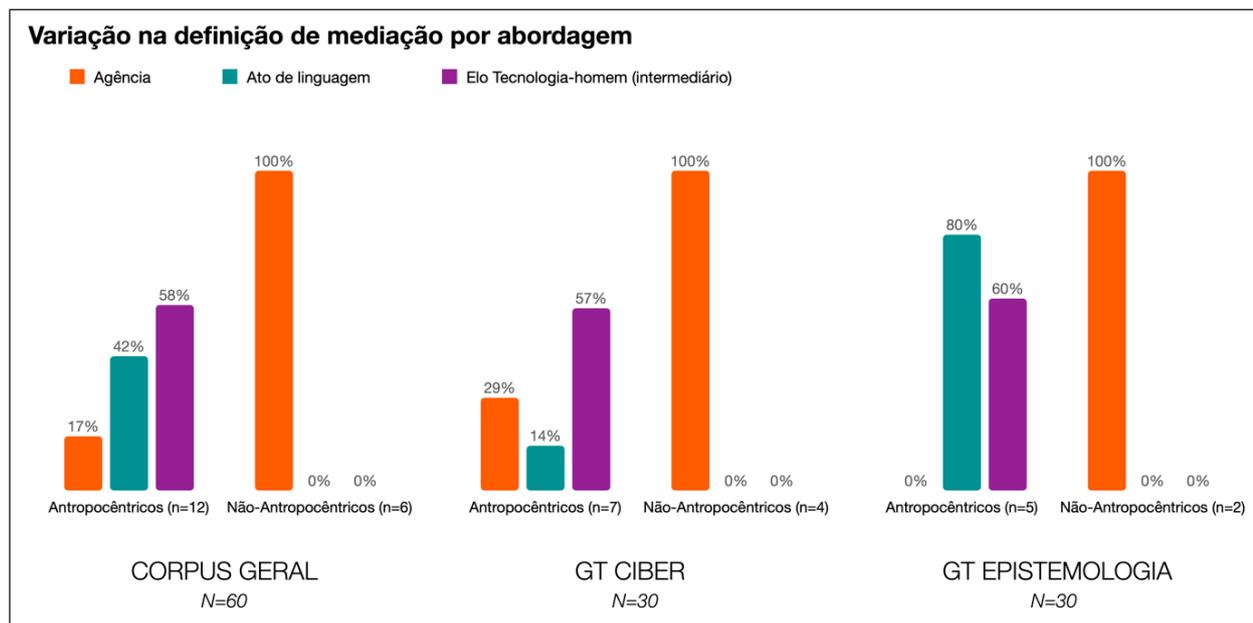


Figura 2. Distribuição das variações na definição de mediação por abordagem no corpus (e nos GT).

Figure 2. Distribution of variations in the definition of mediation by types of epistemological approach in the corpus (and in the WG).

Fonte: Autores

mente 17% dos artigos antropocêntricos associam a ideia de mediação à noção de agência (Fig. 2).

Em contrapartida, dos artigos que se posicionam de maneira crítica ao antropocentrismo (n=8), 25% não abordam o tema diretamente. Dos 6 trabalhos restantes, 100% associam o conceito de mediação ao de “agência”. Diferentemente dos delineamentos observados no conjunto de textos antropocêntricos – mais inclinado a um entendimento de mediação como ato de linguagem humana ou associada à noção ampla de “elo entre tecnologia-homem” –, 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. No GT Epistemologia, 67% dos textos com esse viés não abordam as mediações diretamente. No GT Ciber essa percentagem é de 13%. No entanto, em Ciber, 57% das publicações consideram a mediação como “relação tecnologia-homem”, 14% como ato de linguagem e 29% como mediação e agência. Em Epistemologia, dos poucos trabalhos que tratam do tema, 80%^[11] compreendem a mediação principalmente pelo viés dos “atos de linguagem” e outros 60% reconhecem mediação como a relação ampla entre o humano e as tecnologias (Fig. 2).

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 29% dos textos antropocêntricos associam mediação à noção de agência, esse número ainda é tímido em relação ao total de artigos com abordagem similar no corpus desse estudo (17%).

^[11] 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%.

No que tange aos trabalhos de posição contrária ao antropocentrismo, a análise individual dos GT demonstra que enquanto a temática das mediações é tratada na totalidade dos textos não-antropocêntricos alocados no GT Ciber, em Epistemologia essa questão é abordada diretamente em 50% dos trabalhos. Contudo, excluindo-se os artigos que não discutem mediação, observa-se que ambos os grupos assumem, proporcionalmente, uma postura similar – 100% dos artigos não-antropocêntricos nos dois GT associam mediação à ideia de agência.

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 (52%). Os debates antropocêntricos tendem a evocar o conceito de mediação ou associado à relação genérica entre o homem e os meios (58%), ou vinculada à linguagem (42%). 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.

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% de todo o corpus analisado.

Correlações Entre (Não) Antropocentrismo e a noção de tecnologia

Ao deslocar a atenção para os sentidos atribuídos à tecnologia nos textos investigados, identificamos que, entre os trabalhos de viés antropocêntrico (n=23), 56% abordam o papel da tecnologia. Entre os que convocam a tecnologia ao debate, 92% tratam-na apenas enquanto

intermediário – meios que podem interferir e produzir efeitos na cultura (mídiaização). A apenas um texto (8%) atribui à tecnologia o papel de ator comunicacional. Em contraste, 100% dos artigos não-antropocêntricos que abordam o tema reconhecem o papel agencial e simétrico dos meios e dos objetos técnicos na coprodução dos fenômenos comunicacionais (Fig. 3).

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.

Correlações entre (não) antropocentrismo e perfil metodológico das pesquisas

No que tange ao perfil metodológico do corpus geral, verificamos que os textos de ambas as perspectivas são de caráter predominantemente teórico – 70% entre os antropocêntricos e 75% entre os não-antropocêntricos. Em relação às abordagens empíricas, verificou-se que 50% 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. 4).

Apesar de guardarem proporções relativamente próximas, a análise pormenorizada do corpus revelou que enquanto 25% dos textos não-antropocêntricos adotam procedimentos empíricos próprios como base das proposições teóricas, somente 4% dos 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.

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

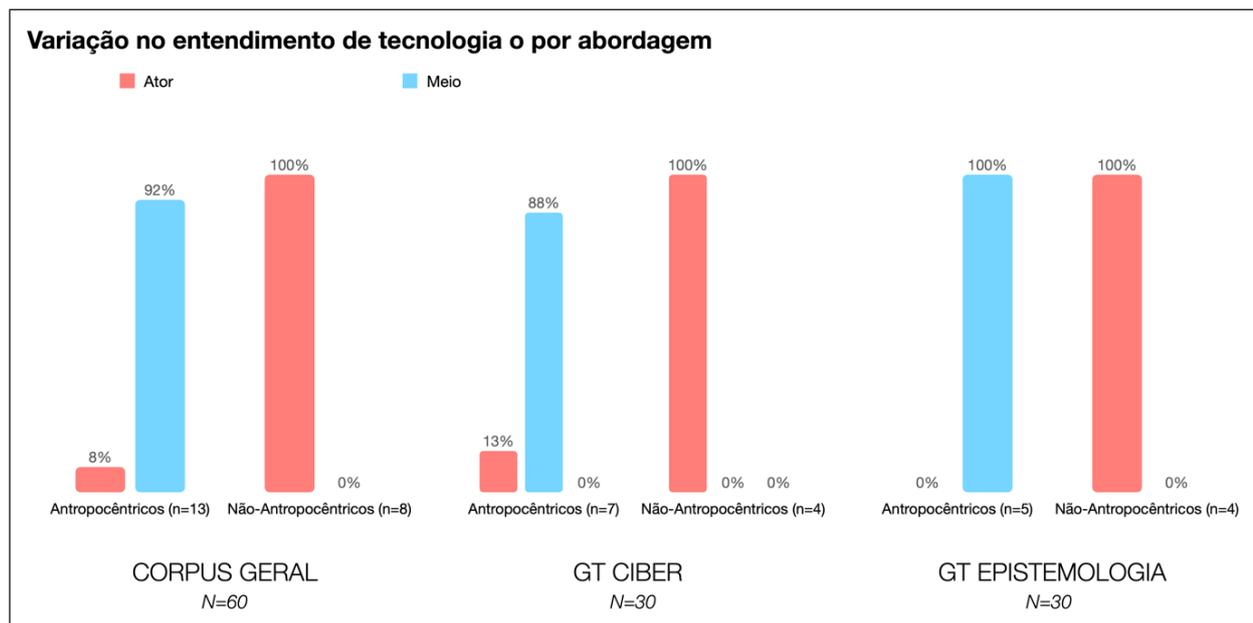


Figura 3. Distribuição das variações no entendimento de tecnologia por abordagem no corpus (e nos GT).
Figure 3. Distribution of variations in technology understanding by epistemological approach (both in the corpus and WG).

Fonte: Autores

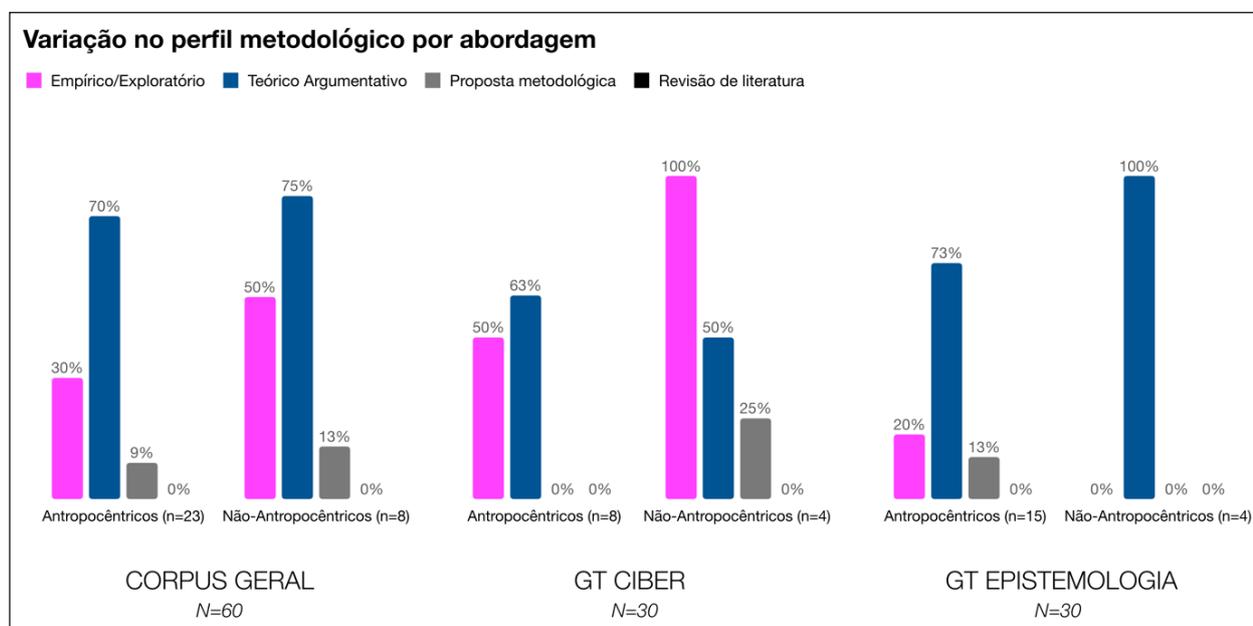


Figura 4. Distribuição das variações no perfil metodológico por abordagem no corpus (e nos GT).
Figure 4. Distribution of variations in methodological strategy by epistemological approach (both in the corpus and WG).

Fonte: Autores

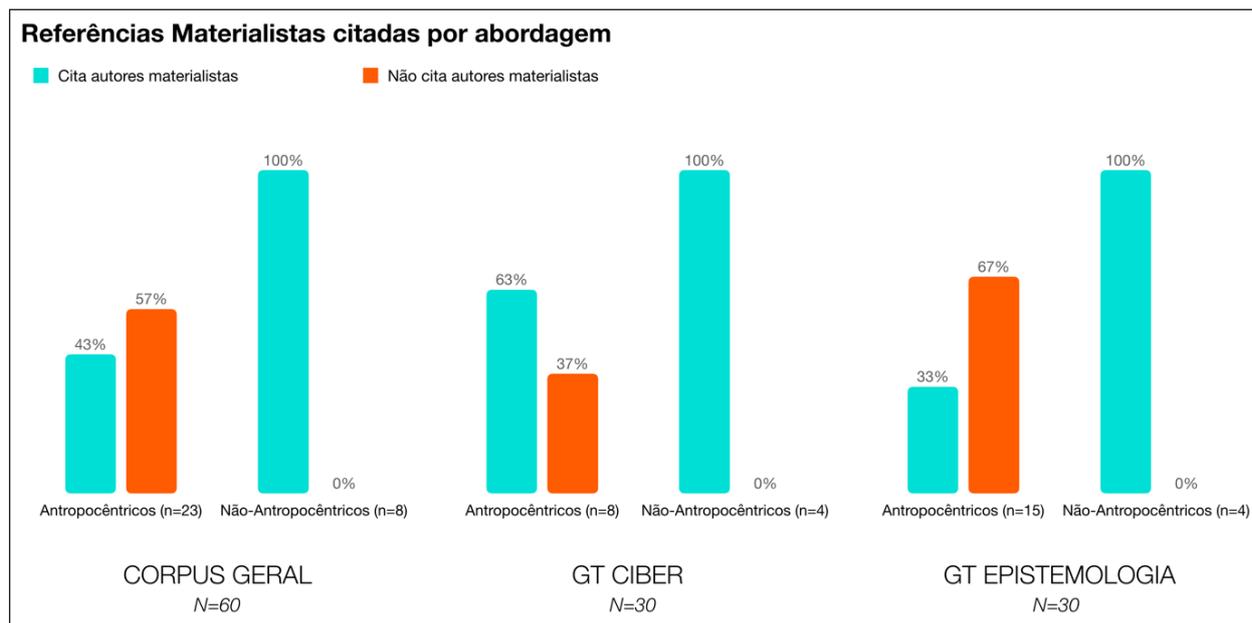


Figura 5. Distribuição das citações de autores materialistas por abordagem no corpus (e nos GT).

Figure 5. Distribution of citations from materialism scholars by types of epistemological approach in the corpus (and in the WG).

Fonte: Autores

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 2%.

As referências do antropocentrismo e do não antropocentrismo

Investigando a relação entre as citações de obras materialistas e os posicionamentos antropocêntricos, verificou-se que 43% dos 23 textos que assumem essa perspectiva se reportam a autores materialistas¹²¹. 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 (Fig. 5).

Podemos afirmar que, além das características já levantadas nos tópicos anteriores, os trabalhos de orientação antropocêntrica fazem pouca referência aos estudos das materialidades (43%), enquanto os de perspectiva não-antropocêntrica se mostram 100% referendados nesse campo. 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

¹²¹ Consideramos “materialistas” 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 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.

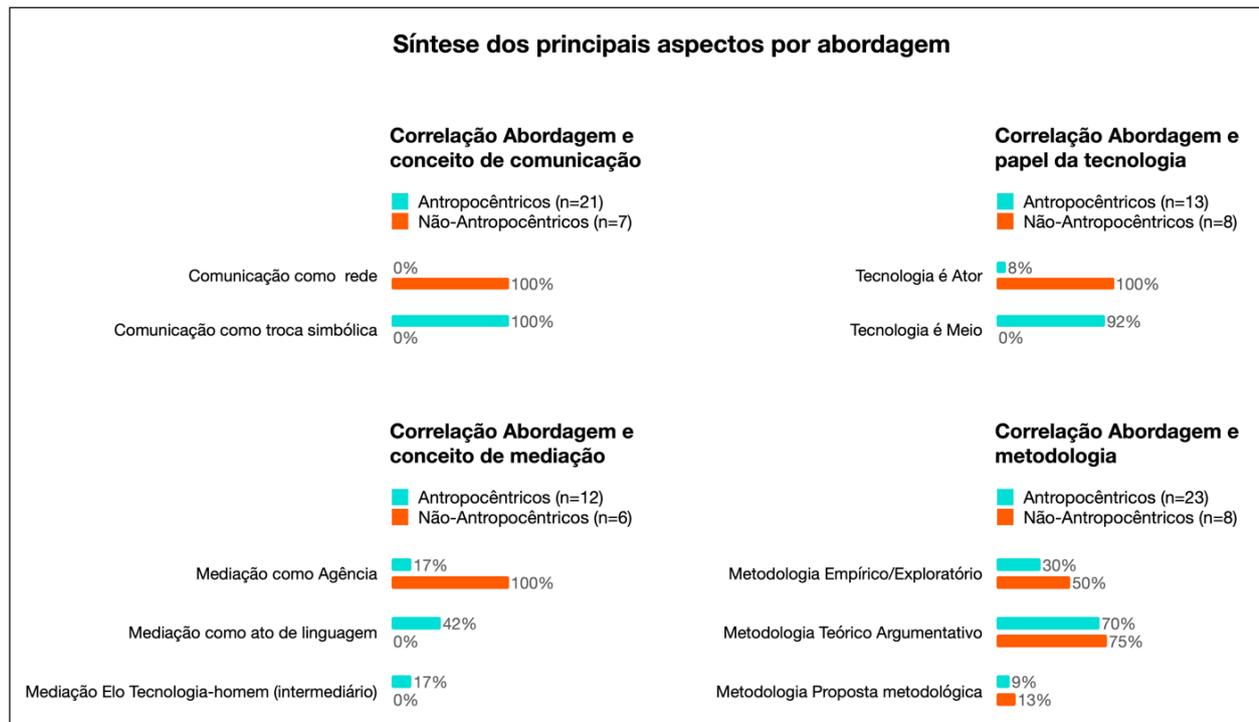


Figura 6. Síntese das principais variações nas definições de comunicação e mediação, no papel da tecnologia e no perfil metodológico por abordagem epistemológica.

Figure 6. Synthesis of the main changes in the nuances of communication and mediation understanding, technology role and methodological strategies by each type of epistemological approach.

Fonte: Autores

encontra eco nas bases teóricas sob as quais as pesquisas que compuseram nosso corpus se fundamentam.

Síntese da pesquisa

Na figura 6 podemos ter uma visão geral dos resultados. Em relação aos artigos antropocêntricos do corpus quando apresentam conceitos de comunicação caracterizam os fenômenos comunicacionais como relações de alteridade e trocas simbólicas restritas aos humanos; pouco valorizam o debate sobre as mediações e quando o fazem tendem a reduzir as mídias e as tecnologia à condição de meros intermediários. A maioria possui um perfil metodológico preponderantemente teórico, com pouca discussão amparada em explorações empíricas.

Em contraste, todos os textos não-antropocêntricos que definem comunicação optam pela noção de rede sociotécnica em lugar da ideia de trocas simbólicas. Quando convocam as mediações ao debate trabalhos se mostram

mais propensos a enxergar as mediações enquanto processos onde a agência é distribuída entre entidades humanas e não-humanas. Os textos tendem a ver a tecnologia de maneira mais atenta aos modos como os artefatos coproduzem as práticas comunicacionais na condição de atores plenos. No quesito metodológico estão muitos fazem abordagem teórica, mas com gatenção à explorações empíricas.

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.

Considerações finais

Como sinalizamos no início desse artigo, nosso objetivo 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 (com outros interesses) para saber se essa é também uma realidade, pois o estudo não permite generalização. Do mesmo modo, o uso de um corpus mais amplo também poderia proporcionar resultados mais sólidos.

Os dados apontam para a confirmação da nossa hipótese inicial. Pode-se dizer que o viés antropocêntrico é majoritário, mas que a sensibilidade neomaterialista começa a emergir. No corpus geral, 62% são antropocêntricos, Nos GT, temos 50% no GT Comunicação e Cibercultura e 71% no GT Epistemologia da Comunicação. Os não antropocêntricos totalizam apenas 13% dos trabalhos do corpus, sendo 25% em Cibercultura e 19% em Epistemologia. Portanto, a hipótese testada (predominância de perspectivas antropocêntricas na área da comunicação no Brasil), é confirmada na análise desses GT. Isso nos parece indicar um sintoma da área, cabendo investigações futuras com maior alcance de publicações.

Como limitação desse estudo, há de se considerar o possível reflexo (material) do próprio sistema de seleção da Compós nos resultados apresentados. Nesse sentido, se não entendermos como materialmente a Compós dirige e enquadra os debates pela seleção dos trabalhos no seio dos GT, não teremos uma visão mais ampla da questão. Efetivamente essa análise não pode ser feita aqui, mas somos sensíveis a ela e tentamos minimizar seus reflexos escolhendo GT com trajetórias e interesses diferenciados para compor o corpus.

Nossa posição aqui é crítica. Defendemos que entender os processos da cultura digital é impossível (desde sempre, mas urgente hoje) sem levar em conta a agência e a performatividade de sistemas algoritmos. E isso se torna uma questão maior para a área diante da expansão do capitalismo de dados (Varian, 2010, 2014; Zuboff, 2015). É importante, portanto, estarmos atentos à essa “virada neomaterialista” e incluir as ações das materialidades 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. Além do mais, uma perspectiva neomaterialista obtusa pode levar a equívocos que, pelo erro oposto, centra a atenção apenas nos objetos, ou nas condições materiais, esquecendo ou negligenciando a parte humano do processo comunicacional.

Referências

- BARAD, K. 2007. *Meeting the universe halfway: quantum physics and the entanglement of matter and meaning*. Durham, London: Duke University Press.
- BITENCOURT, E. C. 2019. *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).
- BENNET, Jane. 2010. *Vibrant Matter: A Political Ecology of Things*. Durham, London: Duke University Press Durham, NC, 2010. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S175545861000054X>>.
- CHARMAZ, K. 2009. *A construção da teoria fundamentada: um guia prático para análise qualitativa*. Tradução Joice Elias Costa. Porto Alegre: [s.n.].
- FOX, N. J.; ALLDRED, P. 2017. *Sociology and the New Materialism. Theory, Research, Action*. London, England: SAGE Publications.
- GAMBLE, C. N.; HANAN, J. S.; NAIL, T. 2019. What Is New Materialism? *Angelaki - Journal of the Theoretical Humanities*, v. 24, n. 6, p. 111–134.
- GRUSIN, R. (ed.). 2015a. *The Nonhuman Turn*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- GRUSIN, R. 2015b. Radical Mediation. *Critical Inquiry*, Chicago, University of Chicago Press, Vol. 42, No. 1, p. 124–148.
- HARMAN, Graham. 2011. *The quadruple object*. Hants, UK: Zero Books.
- LATOURE, B. 2015. Uma Sociologia Sem Objeto? *Revista Valise*, v. 5, n. 10, p. 165–187.
- LATOURE, B. 2012. *Enquête sur les modes d'existence. Une anthropologie des modernes*. Paris: La Découverte.
- LATOURE, B. 2012b. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Salvador: Edufba.

- LEMOS, A. 2020. *Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital*. In *Revista Galáxia*, abril 2020.
- LEMOS, A. 2019. Os desafios atuais da Cibercultura. In *Jornal Correio do Povo*, Porto Alegre, 15/06/2019.
- LEMOS, A.; BITENCOURT, E. 2019. “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, p. 415–434.
- MARK, Garcia Tristan Cogburn Jon Ohm. 2014. *Form and Object: A Treatise on Things*. [S.l.]: Edinburgh University Press.
- MAYER-SCHÖNBERGER, V.; CUKIER, K. 2013. *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Kindle ed. [s.l.] Houghton Mifflin Harcourt.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. *Pesquisa Qualitativa: Técnicas e Procedimentos para o Desenvolvimento de Teoria Fundamentada*. Tradução Luciane de Oliveira Rocha. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. DE. *The Platform Society*. 2018. New York: Oxford University Press, USA.
- ZUBOFF, S. 2015. Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, v. 30, n. 1, p. 75–89.