

Mediação e agência não-humana em um coletivo de comunicação e jornalismo brasileiro

Leonardo Feltrin Foletto

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

O papel da tecnologia tem sido discutido nos estudos de comunicação e jornalismo, mas pouco se tem falado sobre a agência não-humana nas múltiplas mediações que ocorrem na prática comunicativa, em especial no jornalismo. Este trabalho busca uma aproximação da comunicação e do jornalismo com os estudos da teoria ator-rede (TAR) para compreender a rede de mediações na produção comunicativa de um coletivo de comunicação e jornalismo brasileiro. Para isso, o percurso teórico apresentado considera o contexto atual como o de uma retomada do pensamento sobre o papel das materialidades nos processos de comunicação (FELINTO, 2013), perspectiva que recoloca nos processos sociais os objetos técnicos e amplia a noção de agência para além da ação intencional humana (LATOUR, 1992, 1994; CALLON, 2008; LEMOS, 2013). É uma noção que vai em oposição a ideia dominante na comunicação e no jornalismo, de uma mídia como idealmente transparente, o que pressupõe que a mediação precisaria ser inexistente ou inócua (LEMOS, 2013).

Objeto de pesquisa

O objeto empírico escolhido para a pesquisa, que está sendo desenvolvida no âmbito do PPPGCOM da UFRGS em nível de doutorado, foi a *Mídia NINJA*, coletivo brasileiro de comunicação e jornalismo criado em março de 2013, a partir da experiência dos núcleos de comunicação do Fora do Eixo, rede de coletivos político-culturais espalhada pelo Brasil. A *NINJA* teve grande visibilidade durante os protestos de junho de 2013, no Brasil, em especial pela cobertura ao vivo das manifestações que ocorreram pelo país, todas elas realizadas por dispositivos digitais móveis. Desde então, continua a registrar (em texto, foto e vídeo) e a cobrir pautas ligadas à cultura, movimentos sociais, manifestações de rua, política e juventude.

Problema

O papel da tecnologia tem sido discutido nos estudos de comunicação e jornalismo, mas pouco se tem falado sobre a agência não-humana nas múltiplas mediações que ocorrem na prática comunicativa, em especial no jornalismo. Este trabalho busca uma aproximação da comunicação e do jornalismo com os estudos da teoria ator-rede

(TAR) para compreender a rede de mediações na produção comunicativa de um coletivo de comunicação e jornalismo brasileiro, a *Mídia NINJA*. O problema que move esta pesquisa é: como se estabelece a rede de mediações entre humanos e objetos técnicos (não humanos) na ação da *Mídia NINJA*?

Filiação teórica

Este trabalho se filia aos estudos de comunicação, jornalismo e tecnologia a partir do referencial da Teoria ator-rede (TAR). Originada nos estudos da Sociologia da Ciência e da Técnica, a TAR surge nos anos 1980, no contexto de alternativas às concepções estruturalistas e funcionais da ciência. Estas oferecem ora explicações sociais, baseadas em relações de causa e efeito ocasionadas pelo social isolado do “fenômeno” a ser analisado, ora essencialistas, centradas no fenômeno a ser analisado, sem considerar as suas relações sociais, econômicas, culturais, etc. Em oposição a isso, pesquisadores como Bruno Latour, Michel Callon, Madeleine Akrich e John Law, entre outros, começaram a defender a ideia de que as inovações científicas e técnicas não poderiam ser pensadas de forma separada do contexto em que se inserem e dos atores envolvidos em sua produção. Assim, propõem uma “sociologia da mobilidade”, que não considera nada do que quer explicar como algo dado (LAW, 1992), e onde a explicação para os fenômenos sociais passa a se dar no fluxo, na circulação em rede entre os atores envolvidos, sejam eles humanos ou não-humanos. Segundo André Lemos em “A Comunicação das coisas” (2013), a TAR propõe às ciências sociais atenção “à dinâmica da formação das associações, aos movimentos dos agenciamentos, à distribuição da ação entre atores diversos, humanos e não-humanos, a partir de uma simetria generalizada” (LEMOS, 2013, p.37). Trata-se de uma perspectiva que questiona o social como algo estável, que possa ser explicado através de análises fixas que separam os elementos envolvidos: o social como algo diferente do científico, o local e o contexto de um laboratório das ações ali passadas, como exemplifica Latour em um de seus primeiros trabalhos – “A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos”. A TAR busca “reagregar o social” ao colocar os fenômenos como consequência de associações diversas de pesquisadores e objetos em redes complexas e não propor qualquer definição rígida que possa ser aplicada em todas as situações (LEMOS, 2013, p.39). Os apontamentos da TAR oferecem um repertório importante para a reconfiguração do que é um agente na ação comunicativa e para o entendimento sobre mediação hoje. Particularmente, ao trazer a ideia de que não se pode compreender o processo de comunicação sem levar em consideração as materialidades e os objetos não-humanos (CALLON, 2008), a TAR pode nos ajudar também a entender o papel dos objetos na mediação jornalística, papel que tem sido

deixado de lado nos estudos do jornalismo por estes adotarem uma perspectiva determinista do que o jornalismo deveria ser, e não aquilo que a realidade mostra que ele é (PRIMO & ZAGO, 2015). O resultado é que estes estudos acabam por ignorar as múltiplas mediações que tem atravessado a mediação jornalística (ARCE, ALZAMORA, SALGADO, 2014), especialmente com o advento da internet, e o papel ativo, como actante, que os objetos não-humanos podem ter na concepção do produto jornalísticos.

Impasses atuais

A pesquisa aqui apresentada está em sua etapa pré-qualificação. A forma escolhida para estudar a *Mídia NINJA* foi a observação participante, com recorte etnográfico, por entender-se ser uma metodologia adequada ao estudo de grupos organizados que podem ser chamados de comunidade ou sociedade (ANGROSINO, 2009). Além disso, trata-se de método também bastante utilizado na perspectiva da TAR. A partir daí, em maio deste 2015 foi realizada uma observação piloto de 6 dias, com o objetivo de testar a metodologia num período curto de observação, ver a sua viabilidade e promover os ajustes necessários para o trabalho de campo mais longo, a ser feito depois da qualificação, inicialmente durante dois meses, em cidades diferentes e com intervalos de tempo entre elas, no segundo semestre de 2015 e no primeiro de 2016. No decorrer desta observação teste, procurei acompanhar o fluxo dos processos em busca das associações criadas pelos actantes, me atentando ao fazer mais do que o produto feito. No que diz respeito aos objetos técnicos, tentei destacar aqueles momentos que, como Akrich (1992, p.206) explica, há potenciais de quebra: negociação e desacordo entre o “dentro” e “fora” dos objetos, momentos em que, segundo a autora, a descrição dos objetos técnicos é possibilitada. Nem sempre consegui encontrar estes momentos, e a partir daí surgiram alguns impasses: dada a quantidade de objetos e o fluxo veloz das ações ocorridas num coletivo como a *Mídia NINJA*, como identificar os rastros deixados pelos objetos técnicos nas redes de mediações? A complexidade do fluxo de comunicação do coletivo, que se diz jornalístico e também de midiativismo, e a quantidade das redes sociotécnicas envolvidas na ação da *Mídia NINJA* fez com que, neste primeiro momento, eu tivesse dificuldade em detectar estas situações diante de outras várias que, na minha lente de analista, aparentavam se mostrar mais interessantes para outras questões conceituais envolvidas nesta pesquisa, como por exemplo a identificação de quando a *Mídia NINJA* exerceria o jornalismo e quando exerceria o midiativismo. Outras questões a discutir seriam sobre o tempo e os procedimentos de observação. Qual o tempo mínimo e os procedimentos necessários para observar e detectar os rastros deixados

pelos actantes nas redes de mediação? É necessário mapear os actantes inicialmente e, então, se debruçar para analisá-los com profundidade depois?