



O papel social da Comunicação Midiática no Contexto
Digital/Algorítmico¹
The social role of Media Communication in the
Digital/Algorithmic Context

Simone Munir Dahleh

Palavras-chave: Comunicação Midiática; Algoritmo; Cidadania.

Pensar sobre a área da Comunicação não é uma tarefa simples e direta. O desenvolvimento das tecnologias implicou em nosso trabalho adaptar as teorias e epistemologias ao novo cenário, de tal modo que a revolução técnica foi uma das principais responsáveis por complexificar o campo da Comunicação.

A Comunicação Midiática é indispensável para compreender os processos sociais na atualidade, em um contexto onde falamos de cultura algorítmica (STRIPHAS, 2015), realidade virtual, *Fake News*, etc. Nos propomos a refletir sobre o controle social exercido por meio das lógicas algorítmicas e a relevância deste para o campo da Comunicação.

França (2018) nos provoca a pensar sobre a solidez do campo. Para a autora, há uma tendência de substituição da Comunicação por subáreas como Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas. Entretanto, isso seria uma perda em termos epistemológicos. Um dos motivos apontados - desse nosso constante “equilíbrio”, seria a abrangência de temáticas, que tanto pode enriquecer como enfraquecer nosso

¹ Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

campo, já que corremos o risco de fazer discussões rasas. Isso justifica a necessidade de construirmos bases sólidas propriamente comunicacionais em nossas pesquisas.

A digitalização em meados da 1990, que representou a novidade em termos da introdução de tecnologias digitais, hoje é um processo orgânico e integrado em nosso campo (SAAD, et.al. 2016). Nos dias atuais é preciso pensar nos processos digitais e informacionais como estando integrados à Comunicação.

O surgimento da Internet é um dos marcos revolucionários para os estudos de Comunicação Midiática, exigindo, desse modo, uma ampliação de nossas epistemologias da comunicação.

Há um redesenho do campo em novas cenários, onde os sujeitos se misturam com os objetos, máquinas, redes (SAAD, et.al. 2016). Ao mesmo tempo que enriquece a área, também diversifica as pesquisas em variadas abordagens de estudo. Isso faz com que o campo se complexifique também.

Com a expansão dos meios de comunicação e informações, os conhecimentos passam a fluir na sociedade de forma menos hierárquica. As mídias hoje, passam a servir não só aos grupos dominantes. Com a expansão tecnológica, há um alargamento das apropriações dos meios de comunicação por outros grupos sociais, minoritários e periféricos. Os grupos de ativistas nas redes de mídias sociais digitais e as rádios comunitárias são alguns exemplos (BRIGNOL *et al.*, p. 209, 2020). Obviamente, não podemos simplificar a questão do acesso, nem desconsiderar o poder de quem possui o domínio da técnica no ambiente digital, mas é inegável que a Internet permitiu a abertura de caminhos para uma comunicação menos unilateral e linear.

É inegável a interferência dos aparelhos digitais/internet em nossa sociedade. Flusser (2014), mesmo antes da inclusão dos *smartphones* e das redes móveis em nosso cotidiano, já previu a imersão que os aparelhos digitais comunicacionais tem de “conseguir dominar a alteração de clima por meio da mudança de estrutura de discussão” (p. 61). A família, que antes sentava-se na sala de casa para conversas face-a-face, passa a centrar-se na televisão. Em seguida, com o barateamento da internet e



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

dos celulares, o centro das atenções torna-se ainda mais específico e sofisticado. Na mão de cada sujeito, os *smartphones* assumem um lugar central não só na sala/casa de cada indivíduo, mas também no seu dia a dia. Não é à toa que o autor enfatiza: “todas as revoluções, são revoluções técnicas (FLUSSER, 2014, p. 69)”.

Quando pensamos em algoritmos, informática, códigos informáticos, geralmente as áreas que nos vem à mente de imediato são as Ciências da Computação, Redes de Computadores, Sistemas de Informação, etc. Campos do conhecimento considerados mais “técnicos”. Entretanto, cada vez mais, observamos o poder da Internet em transformar as identidades, a cultura e o social. Desse modo, torna-se essencial compreender as especificidades da estrutura técnica das redes. Como alertado por Machado e Ramos (2019), só assim conseguiremos passar de meros usuários da internet para cidadãos.

Tal compreensão técnica nos leva ao domínio do processo de circulação de informação. Quem tem esse controle seleciona a direção e o conteúdo do que se quer pôr em circulação.

Para citar um exemplo no contexto brasileiro, podemos pensar nas *Fake News* e a influência da Internet nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, e como quem dominava a técnica conseguiu influenciar parte da população a um direcionamento específico.

Nossa área está começando a se alertar para a importância do conhecimento técnico: “todo campo conceitual do ruído, entropia, simulacros, autopoiese, [...] continuam sendo objetos do interesse dos físicos, dos engenheiros e teóricos da informática [...], mas não dos teóricos da comunicação e da linguagem” (MACHADO; RAMOS, 2019, p. 46). Um conhecimento a fundo sobre essas questões seria o caminho para a diminuição das desinformações, tão correntes da atualidade. Do mesmo modo, ultrapassaríamos a barreira de usuários/consumidores para finalmente nos tornarmos cidadãos conscientes desses usos nos ambientes digitais.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

Os *feedbacks* são conhecidos na comunicação como a resposta a determinado conteúdo/produtos que os receptores retribuem aos emissores. Flusser (2014) já alertava sobre a ingenuidade de se pensar que as pessoas teriam poder de modificar a grande estrutura dos emissores: “as pessoas têm a impressão de que manipulam algo; na verdade, porém, só servem de *feedback* para a emissora” (p. 72). Se formos pensar no contexto atual de interação, algoritmos, metadados, observamos que os indivíduos continuam servindo às instâncias de produção, de uma forma ainda mais intensa. Nesse sentido, Striphas (2015) observa que:

a 'sabedoria da multidão' é em grande parte apenas um substituto - um espaço reservado, um *algoritmo* - para o processamento de dados algorítmicos, que está se tornando cada vez mais um assunto privado, exclusivo e de fato lucrativo. É por isso que, em nosso tempo, acredito que os *algoritmos* estão se tornando decisivos, e por que empresas como Amazon, Google e Facebook estão se tornando rapidamente, apesar de sua retórica populista, os novos apóstolos da cultura (p. 407, grifos do autor, tradução nossa).

O grande problema aqui, seria a ingenuidade de acreditarmos que temos o poder de selecionar que conteúdos vamos receber ou acessar. As empresas que controlam os algoritmos são capazes de serem esses “apóstolos da cultura” apontados por Striphas, já que nossas informações, fotos e vídeos são colocados à disposição como dados para os algoritmos trabalharem para nos oferecer de fato, produtos, conteúdos e ideias para consumirmos.

A importância de compreendermos como os algoritmos funcionam é emblemática em termos comunicacionais e não apenas técnicos. Striphas (2015) aponta que os códigos informacionais tanto revelam como escondem. Nesse sentido, podemos pensar em como as plataformas digitais organizam os conteúdos por buscas. O que elas revelam para determinada busca de termo e o que invisibilizam. Não podemos mais ter a ingenuidade de que são apenas máquinas trabalhando.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

Com o propósito de enfatizar a não neutralidade dos algoritmos, Carrera (2020) parte de pesquisas que demonstraram como o sexismo e o racismo estavam atuando por meio dos algoritmos. Ao observar que buscas por “mulheres negras” nas plataformas digitais, comumente estavam associadas à pornografia propõe, em seu estudo sobre a algoritmização nos bancos de imagens, mostrar como os algoritmos estavam trabalhando para reforçar e normalizar o racismo e o sexismo em nossa sociedade. Ao buscar *aggressiveness*, *kindness*, *beauty* e *ugliness*² (agressividade, bondade, beleza e feiura), a autora percebe como os algoritmos direcionam nosso imaginário para a fixidez dos estereótipos. Beleza é quase que prioritariamente direcionado a imagens de mulheres brancas, enquanto a feiura está associada ao masculino. As mulheres brancas são vítimas da agressividade, enquanto as mulheres negras aparecem como agentes dela. A fragilidade aparece em figuras de mulheres brancas, enquanto as mulheres negras são ousadas e despojadas. Quando pessoas brancas aparecem para busca de feiura, sempre estão acompanhadas de artifícios para tal, enquanto os negros não. Estes são apenas algumas conclusões que a autora traz em seu estudo.

A pesquisa de Carrera (2020) mostra como essas buscas podem, muitas vezes, parecer automatizadas, objetivas e ingênuas, quando na verdade, foram estruturalmente controladas e produzidas por sujeitos com ideologias e propósitos.

Em um contexto digital, em que tudo parece ser neutro, objetivo e sem racionalidade – por se trata de máquinas propensas a “falhas técnicas” - compreender que a automação das tecnologias digitais tem reproduzido dinâmicas de preconceito e estereotipação já existentes e consolidados em outros meios comunicacionais e

² A autora opta por fazer a procura pelos termos em inglês pois é uma língua sem definição de gênero. Desse modo, sua busca não sofreria interferência.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

socioculturais, implica em nossa responsabilidade, enquanto campo científico, de apontar tais problematizações.

Pensando no contexto latino-americano, podemos falar em descolonização do poder (COSTA, 2010). Ao visibilizar esses estereótipos, sexismos e racismos nas plataformas digitais como sendo estruturados, principalmente, pelo poder patriarcal, torna-se importante trazer a categoria de gênero para o foco do projeto colonial e, desse modo,

podemos então traçar uma genealogia de sua formação e utilização como um mecanismo fundamental pelo qual o capitalismo colonial global estruturou as assimetrias de poder no mundo contemporâneo. Ver o gênero como elemento estruturador (e não subordinado) da colonialidade do poder, ou seja, como categoria colonial, também nos permite historicizar o patriarcado, salientando as maneiras pelas quais a heteronormatividade, o capitalismo e a classificação racial se encontram sempre já imbricado (Idem, p. 50).

Falar de poder, implica compreender que os marcadores sociais são levados em conta também nos processos técnicos. A agência humana está por trás das máquinas e é isso que não deve ser esquecido em nossas análises.

É preciso entender os processos técnicos como complexos e não objetivos. São também entidades sociais de poder que incidem e ajudam a construir o imaginário social. Não pretendemos com o seguinte texto atribuir um poder totalitário às empresas e aos algoritmos, mas sim, entendê-los como processos que nunca são neutros. Também, é preciso considerar que há agência dos sujeitos nos usos da Internet. Igualmente, não podemos deixar de ressaltar a atuação de grupos contra hegemônicos nas redes sociais digitais. Há sempre possibilidades de os grupos minoritários reivindicarem seu espaço e suas lutas. Entretanto, para que isso ocorra, é preciso ter o domínio da técnica e pensar de uma forma descolonial.

Vivemos em um novo cenário tecnológico irreversível. Acompanhar esse avanço deve significar, também, avançar e complexificar nossas teorias. Torna-se



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

fundamental trazer para debates temas como algoritmos, banco de dados, plataformas digitais, informação e não apenas nos cursos de pós-graduação em Comunicação, mas criar essa consciência desde os componentes curriculares da graduação em Comunicação Social.

Os algoritmos, um dos conceitos enfatizados em nosso texto, mostra como precisamos estar atentos ao modo de seu funcionamento. Os processos hegemônicos em outros meios de comunicação são amplamente estudados em nossa área. Agora, precisamos nos especializar e avançar nossas teorias para o aprofundamento das especificidades dos meios técnicos informacionais, como modos de perceber que estes serão os apóstolos da cultura (STRIPHAS, 2015) e que, por fim, não temos como escapar deles.

Referências

BRIGNOL, Liliane Dutra; CURI, Guilherme; RIBEIRO, Bibiana Pinheiro; TEIXEIRA, Leandra Cruber . Comunicação midiática e migrações transacionais: percursos de análises da representação midiática à webdiáspora senegalesa. In. **Migrações internacionais** [recurso eletrônico] : experiências e desafios para a proteção e promoção de direitos humanos no Brasil / organizadora Giuliana Redin. – Santa Maria, RS : Ed. UFSM, 2020. 1 e-book

CARRERA, Fernanda. A raça e o gênero da estética e dos afetos: Algoritmização do racismo e do sexismo em bancos contemporâneos de imagens digitais. **MATRIZES**. V. 14, n. 2, 2020.

COSTA, C. Feminismo, tradução cultural e a descolonização do saber. **Fragmentos** n. 39, p. 045/059 Florianópolis/ jul - dez/ 2010.

FLUSSER, V. Da arte comunicológica do definir. **Comunicologia: reflexões sobre o futuro**. São Paulo: Martins Fontes, 2014. p.45-73.



Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas
em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

FRANÇA, V. A pesquisa em Comunicação: dez perguntas que nos desafiam. In: FIGARO, R.; GOMES, M. R. **Conexão pós: diálogos e intersecções na pesquisa discente** (org.) São Paulo: ECA-USP, 2018. Ebook.

MACHADO, I. de A., & RAMOS, D. O. (2019). Alfabetização semiótica com os códigos informático-digitais da internet. **Comunicação & Educação**, 24(2), 38-53.

SAAD, Elizabeth; TRINDADE, Eneus; FIGARO, Roseli. Os olhares do Outro sobre as trajetórias autorreflexões em comunicação. In: LOPES, Maria Immaculata Vassalo de (Org). **Epistemologia da Comunicação no Brasil: trajetórias autorreflexivas**. São Paulo: ECA-USP, 2016.

STRIPHAS, Ted. Algorithmic culture. **European Journal of Cultural Studies**. 2015, Vol. 18(4-5) 395–412.