

RASTREANDO MEDIAÇÕES: UM MÉTODO PARA ANÁLISE DA CIRCULAÇÃO DE VÍDEOS SOBRE SAÚDE NA INTERNET

TRACKING MEDIATIONS: AN ANALYSIS METHOD THE CIRCULATION OF
HEALTH VIDEOS ON THE INTERNET

RASTREANDO LAS MEDIACIONES: UN MÉTODO DE ANÁLISIS DE LA CIRCULACIÓN DE VIDEOS SOBRE SALUD EN INTERNET

Daniela Muzi

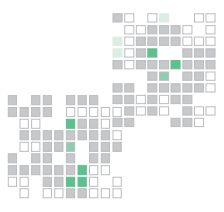
■ Pesquisadora do Icict/Fiocruz. Doutora em Ciências (PPGICS/Fiocruz). Seus trabalhos mais importantes são Circulação e condições de visibilidade de vídeos sobre saúde na internet (2016-2020) e #MinhaExperiênciaNoSUS: um estudo dos sentidos sobre o SUS com-partilhados no Facebook.

■ E-mail: daniela.muzi@icict.fiocruz.br

Janine Miranda Cardoso

■ Docente do PPGICS/Fiocruz. Doutora em Comunicação pela ECO/UFRJ. Seus trabalhos mais importantes são: Entre vítimas e cidadãos: risco, sofrimento e política nas narrativas do Jornal Nacional sobre as epidemias de dengue (1986-2008) e Interfaces e desafios comunicacionais do Sistema Único de Saúde (2018) com Rogério L. Rocha.

■ E-mail: janinecardoso.fiocruz@gmail.com



RESUMO

A importância da cultura audiovisual na sociedade midiaticizada tem colocado a comunicação e as mídias sociais no centro dos debates contemporâneos. Entre os inúmeros desafios para a pesquisa e a ação comprometidas com a democratização da saúde e da comunicação está o de compreender as mediações sociotécnicas nesses ambientes. Este artigo apresenta um método para o mapeamento e análise da circulação na internet, que permitiu identificar e problematizar as mediações que atuaram na configuração de circuitos diferenciados da circulação de três vídeos do YouTube sobre o parto e a violência obstétrica no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO E SAÚDE; CIRCULAÇÃO; VÍDEOS; INTERNET; MEDIAÇÕES SOCIOTÉCNICAS.

ABSTRACT

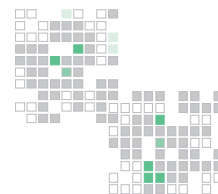
The importance of audiovisual culture in the mediatized society has placed communication and social media at the center of contemporary debates. One of the countless challenges for research and action committed to the democratization of health and communication is to understand the socio-technical mediations in these environments. This paper presents a method for mapping and analyzing circulation on the internet, which enabled identifying and problematizing the mediations that acted in the configuration of different circulation circuits of three YouTube's videos on childbirth and obstetric violence in Brazil.

KEYWORDS: COMMUNICATION AND HEALTH; CIRCULATION; VIDEOS; INTERNET; SOCIO-TECHNICAL MEDIATIONS.

RESUMEN

La importancia de la cultura audiovisual en la sociedad mediatizada ha situado la comunicación y las redes sociales en el centro de los debates contemporâneos. Entre los innumerables desafíos para la investigación y la acción comprometidas con la democratización de la salud y de la comunicación está comprender las mediaciones socio-técnicas en estos ambientes. Este artículo presenta un método de mapeo y análisis de la circulación en internet, que permitió identificar y problematizar las mediaciones que actuaron en la configuración de diferentes circuitos de circulación de tres videos do YouTube sobre parto y violencia obstétrica en Brasil.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN Y SALUD; CIRCULACIÓN; VIDEOS; INTERNET; MEDIACIONES SOCIO-TÉCNICAS.



Introdução

Luz, “live” e ação. A cultura audiovisual, em intenso processo de mudança e articulação com outros campos sociais, tem se destacado como uma das marcas da atualidade. Seus contornos e desafios se tornam especialmente agudos em meio à pandemia de Covid-19, com ampla circulação de mensagens, em contexto de polarização política em diferentes países. São milhares de lives e conferências virtuais, inúmeros filmes e vídeos que tanto entretêm, informam e... também desinformam. Entendidas e praticadas como recursos educacionais, formas de sociabilidade e de entretenimento, a produção e a circulação audiovisual extrapolam fronteiras e se espriam para as esferas da política, arte, ciência, religião e saúde. Um sintoma da midiaticização da sociedade, metaprocessos no qual as lógicas midiáticas invadem as práticas sociais e colocam a comunicação no centro dos debates e disputas contemporâneas.

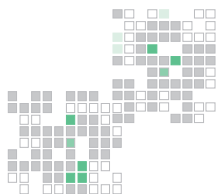
Nesse contexto, o YouTube, segunda maior mídia social do mundo, com cerca de dois bilhões de usuários¹, ganha força estratégica para a visibilidade e capilaridade de diferentes atores, individuais e coletivos, despertando o interesse de instituições de ensino e pesquisa, cientistas, empresas e movimentos sociais no âmbito da saúde. Originalmente criada para hospedar vídeos pessoais, a plataforma se constitui hoje como espaço de multifacetada concorrência discursiva, mobilizando estratégias de comunicação e engajamento social.

Mas, como se dá o processo de circulação no YouTube? Quais mediações a atravessam e como atuam? Por que alguns filmes são mais vistos e circulam mais do que outros? E, principalmente,

como estudá-los? Estas questões foram o ponto de partida de uma pesquisa de doutoramento sobre a circulação de vídeos sobre saúde no YouTube, que teve como objetivo propor um método de mapeamento e análise que permitisse identificar as mediações sociotécnicas que interferem nesse processo (Muzi, 2020). Para tanto, selecionamos e analisamos a circulação de três documentários sobre o tema violência obstétrica: *Nascer no Brasil: Parto, da violência obstétrica às boas práticas* (2014), produzido pela Fiocruz, a partir da pesquisa “Nascer no Brasil” e dirigido por uma ativista do parto normal e pesquisadora do campo da saúde coletiva; *Violência obstétrica: a voz das brasileiras* (2012), realizado de forma colaborativa por meio do recebimento de depoimentos de mulheres que foram vítimas de violência obstétrica, realizado por quatro mães blogueiras, ativistas e, também, pesquisadoras da saúde; e *A dor além do parto* (2013), realizado por quatro estudantes de graduação de Direito como um trabalho de conclusão de curso.

A escolha do tema violência obstétrica resultou de um processo indiciário da circulação desse tema-tabu na sociedade, envolto por relações conflituosas de poder, gênero e classe, imbricando questões de saúde, determinações sociais, democratização da comunicação e acesso à informação. A pesquisa teve um forte acento de proposição metodológica e a análise um caráter experimental. Neste artigo, priorizamos dois eixos de problematização: o teórico-metodológico e as mediações sociotécnicas, que se destacaram como protagonistas na circulação dos vídeos analisados. O intuito é colaborar para o aperfeiçoamento das estratégias e práticas de comunicação no campo da saúde comprometidas com a defesa do direito à comunicação, aqui entendido com o direito à voz e à informação (Araujo; Cuberli, 2015).

¹ Dados disponíveis em: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>> e <<https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>>.



1. A circulação midiaticizada e suas mediações

Para além do conceito de midiaticização como metaprocesso – indicando que lógicas midiáticas passam a invadir os demais campos sociais e a transformar práticas e formas de sociabilidade – (Krotz, 2007; Couldry 2014), articulamos os conceitos de circulação, central nesta pesquisa, e o de mediação, a partir da perspectiva das mediações comunicativas da cultura (Martín-Barbero, 2015). Para avançarmos em uma conceituação mais ampliada, dentre as diversas abordagens do conceito de circulação, tomamos como referencial a linha sociosemiótica e construtivista de Antonio Fausto Neto (2008, 2010a, 2010b) e José Luiz Braga (2007, 2012a, 2012b) e a perspectiva de Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford (2014), que propõem um modelo híbrido e emergente de forças. Destes aportes resulta a compreensão da circulação, assim como a de midiaticização, como um fenômeno que expande o que se entende por *processo*. Não é uma etapa, uma defasagem, nem um fluxo adiante, mas um processo potencialmente interminável – e muitas vezes interminável e indeterminado – que começa antes mesmo da produção de um produto midiático e se perpetua após a recepção produzindo sentidos que circulam e (re)circulam na sociedade. A circulação, da forma como a percebemos, é um modelo rizomático dinâmico, contínuo e imprevisível que pode não ser fechado em si, já que forças em múltiplos sentidos e diferentes intensidades a configuram.

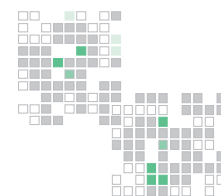
Considerado um conceito emergente no campo da comunicação e em geral associado aos conceitos de midiaticização e mediação (Lelo; Grohmann, 2014), a circulação é pouco estudada também pelos desafios metodológicos envolvidos na delimitação e análise do fenômeno, em especial nas mídias sociais. Como circunscrever um objeto tão amplo e dinâmico? Em se tratando

do YouTube, como lidar com um meio que não opera na lógica de modelos centralizados e unidirecionais de comunicação? São necessários teorias e métodos mais aptos à análise das especificidades de um meio que não é mais TV, nem só internet.

Desse ponto de vista, as mídias sociais correspondem a um macroambiente de interação social onde a distinção de “pontos iniciais” e “pontos de chegada” e o entendimento das instâncias de produção e recepção como instâncias separadas são ainda menos pertinentes. O modelo de circuito refere-se ao percurso percorrido pelo produto midiático, que corresponde a um “‘momento’ (particularmente feliz, dada a sua materialização) de um circuito **que começa antes e continua depois** e que passa a carregar, com a configuração que se formalizou, a forma reconhecível de um produto (ou seja, de um registro disponível e duradouro).”² (Braga, 2012a, p. 49–50 grifos do autor, tradução nossa).

Em nossa investigação, essa formulação se articula e dialoga com a perspectiva da comunicação como mercado simbólico, no qual os sentidos sociais são os bens em permanente negociação e disputa, em contextos específicos, sempre em meio a relações de saber e poder (Araujo, 2002, 2004). Esse modelo se refere a interlocutores, indivíduos e grupos, sempre situados, e não objetos como filmes. Por isso a apropriação livre da matriz de análise e seus conceitos operatórios, em especial a espiral das posições discursivas – centrais e periféricas –, que contribuiu para representar as desigualdades do processo comunicativo e a força das estratégias de comunicação para interferir na mobilidade entre essas posições.

2 O trecho original é: “un ‘momento’ (particularmente feliz, dada su materialización) de un circuito que comienza antes y continua después y que pasa a cargar con la configuración que se formalizó en la forma reconocible de un producto (o sea, de un registro disponible y duradero).”



2. Novas teorias e métodos para a análise das mídias sociais

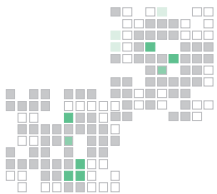
As mídias sociais trazem continuidades e descontinuidades com os meios de comunicação anteriores. Não se vive mais em sociedades nas quais o debate público está ancorado nos meios tradicionais de comunicação, mas naquelas marcadas pela midiaticização do social. Para alguns autores, o modelo baseado em meios de comunicação tradicionais foi superado pelo modelo de comunicação em rede, onde os usuários têm a capacidade de interferir no sistema midiático, mudando a lógica transferencial para uma lógica de compartilhamento de informação produzida por diversas fontes em um sistema midiático organizado em rede. O modelo é definido por três características principais: “1) processos de globalização comunicacional; 2) ligação em redes de mídia de massa e interpessoais e, conseqüentemente, mediação em rede; e 3) diferentes graus de uso da interatividade.” (Cardoso, 2010, p.24).

Na década de 1990, a discussão em torno da comunicação digital foi dividida em dois grupos: os “críticos”, que enfatizavam as semelhanças das tecnologias de informação e comunicação (TIC) em relação aos meios de comunicação de massa no que tange os interesses econômicos, imperativos políticos e valores culturais e os “simpatizantes”, que reconheciam as diferenças das mídias digitais e o seu papel revolucionário na criação de uma sociedade mais democrática e igualitária (Scolari, 2009). Nos anos 2000, surge uma corrente denominada Estudos de Internet (*Internet Studies*) com uma perspectiva interdisciplinar onde os pesquisadores começam a explorar fora da área de origem, migrando para áreas como ciência da computação, design de interface, usabilidade, análise visual e de redes. A essa corrente se filia uma perspectiva metodológica chamada *Digital Methods Initiative* (DMI) formada por um grupo de pesquisadores que projetam métodos e ferramentas, de forma colaborativa e de

acesso livre, para adaptar dispositivos e plataformas on-line, como Google, YouTube, Facebook e Twitter, para pesquisas sobre questões sociais e políticas.

Esse grupo de pesquisa pensa em uma nova relação entre a internet e o que a baseia propondo uma prática de pesquisa que “aprenda” com os dispositivos on-line, readapte-os e fundamente as afirmações sobre as mudanças culturais por meio de dados on-line. Isso porque tanto os métodos virtuais quanto os estudos de usuários nas ciências humanas e sociais têm privilegiado a observação, as entrevistas e os questionários, em detrimento aos dados extraídos dos meios limitando as possibilidades de pesquisa para além da cultura on-line. A argumentação da vertente dos métodos digitais baseia-se no fato de que é possível aprender a partir dos métodos utilizados nos meios, “movendo a discussão da teoria sobre as especificidades dos meios de uma ontologia (propriedades e características) para uma epistemologia (método).” (Rogers, 2016, p. 30).

Avançando na discussão, Rogers (2018) propõe métricas críticas (*critical analytics*) como uma alternativa à medição da forma de engajamento por meio das métricas quantitativas, conhecidas como métricas de vaidade (*vanity metrics*), que representam o “teatro de sucesso” das mídias digitais. As métricas críticas são baseadas em uma rede de problemas, uma vez que o autor defende as mídias digitais como um ambiente de mobilização de públicos e questões sociais e não somente como local de apresentação do “eu” e da produção de redes sociais. No entanto, apesar das críticas às métricas de vaidade, vimos que desconsiderá-las é uma opção contraditória sob o aspecto analítico. Um estudo baseado apenas nas métricas críticas do YouTube, por exemplo, ignoraria uma importante dimensão para o funcionamento da plataforma como o número de visualizações, uma variável de avaliação do sucesso dos vídeos enquanto estratégias de comunicação



e um impulsionador de circulação dos mesmos – quanto mais vistos, mais chances tem de serem vistos e recomendados pela própria plataforma. Por conta disso, optamos por combinar os dois tipos de métricas na análise a seguir, incorporando a lógica do meio e a problematização em torno das redes de problemas para além dos aspectos quantitativos.

3. Uma metodologia para a análise da circulação

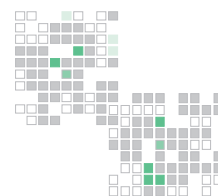
Para a pesquisa no YouTube, além das concepções já apresentadas, tomamos a perspectiva dos métodos digitais, mesclando os resultados das métricas críticas e de vaidade. A essas referências, incorporamos contribuições da Teoria Ator Rede (Latour, 2012) que, ao colocar em simetria os atores humanos e não humanos, nos permite perceber a rede de associações entre eles, atuantes e decisivas no processo de circulação. A análise da circulação dos documentários foi dividida em três etapas para compreensão das relações de poder entre os circuitos comunicacionais: 1) identificação dos contextos de produção e circulação; 2) rastreamento da circulação dos vídeos na internet por meio da API Google Scraper e 3) análise dos circuitos e identificação das mediações envolvidas³, a qual iremos nos centrar neste artigo.

A primeira etapa consistiu na recomposição dos contextos de produção e circulação dos documentários, feita por meio de matérias, reportagens e notícias disponíveis na própria internet. Isso nos permitiu concretizar a perspectiva dos métodos digitais e estudar a internet *com* a internet. Foram seguidos os rastros deixados na rede e que permitiram a reconstituição das estratégias de circulação dos três vídeos filmes selecionados para o *corpus* da pesquisa.

O rastreamento dos vídeos, que corresponde à segunda etapa, foi feito com o Google Scraper usando como pergunta (*query*) os títulos dos vídeos. Antes foi testada a busca pela URL no YouTube, que concentrou os resultados em plataformas de mídias sociais, onde a prática do compartilhamento do endereço eletrônico é comum, em detrimento dos resultados em veículos de comunicação e sites de instituições governamentais e não governamentais, que não têm como prática a recomendação de um link de um outro site ou plataforma. Os dados foram coletados em CSV pelo Google Scraper e visualizados em Excel.

Todas as 208 citações dos documentários localizadas no resultado do rastreamento foram cotejadas e categorizadas por tipos de mídia: 1) site/porta; 2) mídias sociais (YouTube, Facebook, Twitter, Filmow) e 3) plataformas independentes (que não está ligada à nenhuma grande empresa como Google, Facebook etc.). Entendemos as mídias sociais como plataformas, mas para melhor caracterização optamos por diferenciar chamando um grupo de mídias sociais e outro de plataformas independentes. Da mesma forma, optamos por categorizar as citações pela origem das publicações, uma divisão por setores da sociedade. Ao todo oito setores foram identificados: 1) academia (sites de eventos científicos como congressos e instituições de ensino); 2) imprensa (veículos de comunicação); 3) iniciativa privada; 4) saúde; 5) justiça; 6) mídia especializada (veículos de comunicação independentes voltados para a questão do parto, nascimento e maternidade); 7) sociedade civil organizada (coletivos, sindicatos e associações de classe) e 8) usuário (a) (indivíduo). Muitas vezes as categorias se atravessaram e sobrepuseram, evidenciando o desafio dessa forma de classificação. Ainda assim, esse procedimento metodológico foi útil para apreender, no alcance dos nossos olhos, o difuso processo de circulação.

³ Esta etapa também envolveu uma representação gráfica, não incluída por questão de espaço.



A terceira etapa incidiu sobre a análise dos circuitos de circulação por tipos de mídia e setores da sociedade, em conjunto e separadamente com o auxílio de representações gráficas.

4. Os circuitos e suas mediações sociotécnicas

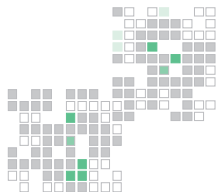
Na análise dos três circuitos dos documentários foram observadas diferenças na circulação: um circuito ampliado e distribuído entre os setores da sociedade (circuito central), um circuito ampliado, porém restrito ao setor saúde (circuito intermediário) e um circuito limitado, mas não exclusivo no setor saúde (circuito periférico). Entre os resultados, destacamos aqui a atuação das mediações sociotécnicas, no entanto outras mediações foram identificadas. Atuando de forma decisiva para que os vídeos ampliassem os seus circuitos de origem, as mediações sociotécnicas identificadas foram: as listas de filmes; as ações de ciberativismo; a ação dos algoritmos pelos sistemas de recomendação e indexação; o engajamento e a mediação do comunicador em combinação com a ação algorítmica e a qualidade técnica do vídeo. É importante destacar que a coleta e checagem dos dados foi realizada com um navegador de pesquisa onde o histórico de consumo de vídeos não é salvo, do contrário os vídeos sugeridos seriam completamente diferentes. Ao mesmo tempo é também preciso ponderar que esse ambiente controlado e asséptico é uma realidade utópica e idealizada, pois a navegação sempre sofrerá a influência da datatificação e dos algoritmos. Além disso, os usuários não têm como costume configurar seus computadores para não deixarem rastros de navegação. Logo, o que estamos apresentando é mais um ambiente “neutralizado”, onde é possível observar melhor a ação dos algoritmos e as mediações sociotécnicas na circulação dos vídeos.

4.1 As listas

A primeira mediação sociotécnica encontrada foram as listas, que apareceram no momento de busca e seleção do *corpus*. Ao usar a expressão de busca “filmes sobre parto”⁴ foram encontrados vários resultados com “listas de filmes sobre parto”. Essas listas, elaboradas por mulheres, mães e profissionais de saúde, continham filmes e vídeos, em maioria documentários, recomendados para gestantes que debatiam questões sobre o parto e nascimento. Alguns apareciam em todas as listas ou em muitas delas. Por meio da curadoria, as listas adquirem legitimidade na rede contribuindo com a propagabilidade das mesmas e, conseqüentemente, dos itens nelas listados

O ato de fazer listas é uma prática antiga, mas que na contemporaneidade tem sido disseminada em livros, filmes, sites e aplicativos. Não é difícil encontrar na internet listas sobre o assunto pelo qual se está buscando. Didática e prescritiva, a literatura de listas também se populariza pelo significado de expertise reconhecida, uma vez que a elaboração pressupõe um especialista ou conhecedor do tema, que faz recomendações ao público gerando um produto de fácil consumo para os que não detêm tal conhecimento. As listas implicam em um pensamento de categorização, catalogação, ordenação, instituindo uma referência sobre um conjunto, criando uma imagem única e ampla sobre os objetos aproximados e revelando uma rede de conexões como livros, autores, temas, gêneros, finalidades, escolhas pessoais etc. (Eco, 2010). Esses fatores levam à leitura e compartilhamento das listas, que, na medida em que são difundidas, aumentam a própria credibilidade e dos conteúdos nelas listados atuando como

4 A busca pela expressão “vídeos sobre parto” não foi exitosa. Foram localizados resultados que remetiam a matérias telejornalísticas e outros audiovisuais com caráter de registro e sem narrativa. Em diferenciação aos filmes lançados comercialmente em cinemas, optamos pelo uso da palavra vídeo para nos referenciar os documentários do corpus desta pesquisa, criados para serem exibidos na internet.



um sistema de recomendação. Assim como fazem as listas de livros mais vendidos, de músicas mais tocadas, as listas de filmes impulsionam o ato de assistir, atuando também como uma importante mediação junto aos usuários. Os filmes que mais apareciam nas listas eram os que tinham a maior circulação e número de visualizações.

4.2 O ciberativismo

O documentário *Violência obstétrica: a voz das brasileiras*, circuito caracterizado como central no mapa da circulação dos vídeos sobre violência obstétrica, ocupou essa posição por conta das ações de ciberativismo das realizadoras, blogueiras, ativistas, mães e pesquisadoras do campo da saúde. Uma extensa campanha de mobilização, mediada pelas mídias sociais, começou a partir da convocação das mulheres depoentes do documentário, que relataram as suas experiências de dor e sofrimento durante o parto por meio da internet, e passou pela divulgação e circulação do filme. As mães-blogueiras desenvolveram estratégias de *broadcast* (Carlón, 2016) para abrir espaço para a circulação de um discurso tão contra-hegemônico como o da violência obstétrica com o uso de hastags, blogagem coletiva e *guest posts* para divulgar o lançamento do vídeo e convocando as mulheres para divulgarem o documentário em suas redes.

Para além da tecnicidade do “ciber”, como as *affordances* midiáticas⁵ do YouTube, que permitem o fácil compartilhamento dos vídeos, houve o “ativismo” das blogueiras, por meio das estratégias de captura da recepção como o convite para enviarem os depoimentos, a interpelação nas postagens e o chamamento para a participação da circulação do documentário. Esse investimen-

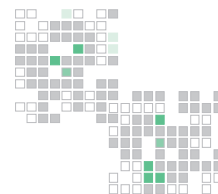
⁵ As *affordances* midiáticas correspondem às capacidades de ação de um meio ou objeto como os botões de compartilhamento, as formas de incorporação (embed) em outros sites, o emprego de hastags (#) para indexação de temas ou citação de outro perfil com o uso do “arroba” (@).(SALGADO, 2016).

to contínuo das realizadoras, do momento da produção à circulação, contribuiu de forma determinante para que o circuito do documentário *Violência obstétrica* tenha sido mais amplo que os demais.

Ao mesmo tempo é preciso observar a relatividade das posições dos circuitos que funcionam nesta análise comparativa. O vídeo que recebeu a posição central no mapa da circulação foi por ter conseguido ultrapassar os limites da sua concepção de vídeo amador, pois além da legitimidade midiática e no campo da saúde das mães blogueiras e pesquisadoras, essas mulheres investiram em ações na rede para fazer o filme circular e alcançar um maior número de pessoas. O feito é representado pelo número de visualizações no YouTube, mais de 250 mil, que se equipara às maiores bilheterias do cinema documental no circuito comercial brasileiro. Diferentemente da lógica do circuito comercial onde o filme em cartaz é submetido ao desempenho semanal da bilheteria, que muitas vezes vai minguando ao longo do tempo, um filme ou vídeo na internet possui o seu desempenho medido por um quantitativo cumulativo que independe da semana. Pelo contrário, se beneficia do fenômeno da cauda longa e quanto maior for o tempo de disponibilização na rede maior será o número de visualizações.

4.3 Os algoritmos

Também foi possível identificar a mediação dos algoritmos, por meio dos sistemas de tagueamento e de recomendação. Essa forma de classificação e indexação potencializa as formas de busca e descoberta de um conteúdo. Dentre os resultados, dois sistemas de recomendação contribuíram para a ampliar o circuito de circulação dos documentários, as listas, que são compartilhadas e reproduzidas em outras mídias sociais e os algoritmos do YouTube, por meio dos vídeos sugeridos, que aparecem à direita da tela



se forem visualizados em um computador ou na parte inferior da tela se vistos em um celular. O sistema de recomendação do YouTube funciona com base no que os espectadores assistiam antes, tópicos relacionados e histórico de exibição de forma que os vídeos sugeridos podem vir de qualquer canal, inclusive do mesmo canal a que se está assistindo. Os resultados são classificados de acordo com o nível de correspondência do título, das descrições usadas nas tags dos vídeos e no conteúdo com as palavras-chaves usadas na busca pelo usuário.

4.4 O comunicador em associação com os algoritmos

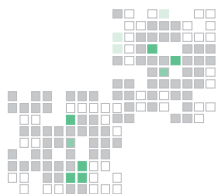
Com circulação mais restrita, o documentário *A dor além do parto* foi identificado como um circuito periférico dentre os três. No entanto, em se tratando de um trabalho de conclusão de curso de quatro graduandas de Direito, superou as expectativas ao ir além da universidade e ganhar outros setores da sociedade. Chamou atenção o fato de todas as citações do documentário no setor imprensa terem sido no mesmo veículo, o *Portal Saúde Plena*. A quantidade de citações de um veículo de imprensa nos resultados é influenciada pela atuação do algoritmo Page Rank, que valoriza este tipo de meio, mas também tem a ver com o posicionamento do veículo, uma vez que certas notícias são silenciadas. Observamos que as duas matérias sobre o vídeo foram escritas pela mesma jornalista, Valéria Mendes, autora de grande parte das matérias publicadas no portal. Uma delas “Violência Obstétrica: se você ainda não acredita, escute essas mulheres”, que ganhou o 1º lugar na categoria Internet no 8º Prêmio Délio Rocha de Jornalismo de Interesse Público concedido pelo Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais.

Essa jornalista trabalhou no grupo Diários Associados de 2013 a 2016, mesmo período em que se concentram todos os resultados localizados re-

ferentes ao documentário *A dor além do parto*, de agosto de 2013 a novembro de 2015 – lembrando que o vídeo foi lançado em 25 de novembro de 2013. Valéria Mendes foi também colaboradora do blog *Cientista Que Virou Mãe* de 2015 a 2017, de onde partiu toda a mobilização para o vídeo *Violência obstétrica: a voz das brasileiras*, e se pós-graduou em Comunicação e Saúde pela Escola de Saúde Pública de Minas Gerais (2017). Os contextos relacionados até aqui evidenciaram o envolvimento da jornalista com a questão de saúde pública e de que forma os afetos e posicionamentos individuais reverberaram e atuaram como atores na circulação trazendo o componente humano como mediador. A jornalista, com o olhar sensível ao tema, foi responsável por pautar e manter em pauta a violência obstétrica no veículo, aliada à ação dos algoritmos que multiplicaram os resultados na internet dando a impressão de um forte posicionamento do veículo de comunicação em relação à questão, um efeito da web semântica.

4.5 A qualidade técnica do vídeo

Por fim, identificamos mais um fator que mediu a circulação, a qualidade técnica do documentário *A dor além do parto*. Se o documentário poderia sofrer alguma resistência por se tratar de um trabalho acadêmico de graduação, ela foi dissolvida pela forma e conteúdo da obra, que não se parece com um conteúdo amador, pelo contrário. O uso de efeitos gráficos, trilha sonora, narração, fotografia padronizada das entrevistas e uso de muitas imagens de cobertura esteticamente “profissionalizaram” o conteúdo, que não foi realizado por profissionais do meio audiovisual e aqui nos referimos às quatro diretoras que são bacharéis em Direito. Por outro lado, a presença de duas personalidades médico-midiáticas que participam de outros filmes, vídeos e veículos de comunicação, contribuiu com a repercussão do documentário.



Conclusões

O YouTube tem sido uma referência para mulheres, mães e gestantes que procuram informações sobre parto e nascimento. A grande oferta de filmes e vídeos justifica-se pela procura e vice-versa. Como destacado, os documentários disponíveis na plataforma podem e são utilizados em defesa de direitos, contra a violência e o preconceito. A rede de mulheres que se desenvolve a partir dos vídeos mostrou que a internet e sua apropriação como ferramenta de pesquisa, estratégia de comunicação e visibilização de discursos contra-hegemônicos materializa esse empoderamento. A luta, travada em diferentes espaços, permeia o campo da saúde – até então bastante resistente à responsabilização de profissionais de saúde, em especial dos médicos – e o campo da justiça, em projetos de lei e audiências públicas que afirmam a existência do agravo.

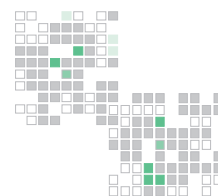
O testemunho, também no YouTube, se manifestou como forma contemporânea de ação po-

lítica e expressão da subjetividade. Mas deve ser ressaltado que esta característica dialoga com o contrato fundacional da plataforma, *Broadcast yourself*, atualizado em sua missão de “dar voz às pessoas”, “dar uma oportunidade de serem ouvidas”, “um palco para serem vistas”, parte do discurso neoliberal que enfatiza a hiperindividualização e o empreendedorismo e não somente o da mobilização social.

As mediações sociotécnicas, a um só tempo, revelam e modelam transformações sociais, assim como o jogo de forças que as constituem. São, cada vez mais, determinantes para a visibilidade de atores individuais e coletivos, como evidenciamos na análise da circulação dos vídeos, e mesmo à conquista e manutenção de sua legitimidade. Uma metamediação, intensamente presente na pandemia no novo coronavírus, onde observa-se a revalorização dos profissionais da imprensa, ciência e da saúde como um todo, não somente os médicos.

Referências

- ARAÚJO, Inesita Soares de. *Mercado simbólico: interlocução, luta, poder: um modelo de comunicação para políticas públicas*. 2002. Tese (Doutorado) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- ARAÚJO, Inesita Soares de. *Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas*. *Interface - Comunicação, Saúde e Educação*, v. 8/14, p. 165–178, 2004.
- ARAÚJO, Inesita Soares de. ; CUBERLI, Milca. *Comunicación y Salud - un campo en permanente movimiento*. In: BOLAÑO, Cesar; DRUETTA, Delia Crovi; CIMADEVILLA, Gustavo. (Org.). *La contribución de América Latina al campo de la comunicación - Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación*. Ied.Buenos Aires: Editorial Prometeo, 2015, v. 1, p. 338-390.
- BRAGA, José Luiz. *Mediatização como processo interacional de referência*. In: MÉDOLA, A. S.; ARAÚJO, D.; BRUNO, F. (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- BRAGA, José Luiz.. *Las políticas de los internautas es producir circuitos*. In: CARLÓN, Mario.; FAUSTO NETO, Antônio. (Org.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. 1ª ed. Buenos Aires: La Crujía, 2012a. p. 43–59.
- BRAGA, José Luiz. *Circuitos versus campos sociais*. In: *Mediação & Mediatização*. Salvador; Brasília: EDUFBA; Compós, 2012b. p. 31–52.
- CARDOSO, G. *Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação*. In: MORAES, D. (Org.). *Mutações do visível: Da comunicação em massa à comunicação em rede*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. p. 23–52.
- CARLÓN, Mario. *Después del fin: una perspectiva no antropocêntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube*. Buenos Aires: La Crujía, 2016.
- COULDRY, Nick. *Mediatization an the future of field theory*. In: LUNDBY, K. (Org.) *Mediatization of communication*. Berlin/Boston: De Gruyter, 2014. p. 227–245.
- ECO, Umberto. *A vertigem das listas*. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Fragmentos de uma “analítica” da mediatização*. *Matrizes*, v. 1, n. 2, p. 89–105, 2008.
- FAUSTO NETO, Antônio. *As bordas da circulação*. *Alceu*, v. 10, n.



20, p. 55–69, 2010a.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra. (Org.). *Mediatización, Sociedad y Sentido: diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosário: Universidad Nacional de Rosário, 2010b.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua.; FORD, Sam. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.

KROTZ, Friedrich. The meta-process of “mediatization” as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, v. 3, n. 3, p. 256–260, 2007.

LATOURE, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede*. Salvador, Bauru, São Paulo: Edufba; Edusc, 2012.

LELO, Thales Vilela; GROHMANN, Rafael. A diversidade do conceito de circulação nos estudos em Comunicação. *Eccom*, v. 5, n. 9, p. 21–34, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 7ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

MUZI, Daniela. *Circulação e condições de visibilidade de vídeos sobre saúde na internet*. Tese de Doutorado [Programa de Pós Graduação em Informação e Comunicação em Saúde]. Rio de Janeiro, Fiocruz, 2020.

ROGERS, Richard. O fim do virtual: os métodos digitais. *Lumina - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF*, v. 10, n. 3, p. 1–34, 2016.

ROGERS, Richard. Otherwise Engaged: Social Media from Vanity Metrics to Critical Analytics. *International Journal of Communication*, v. 12, n. 0, p. 23, 2018.

SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. Mídiações sociotécnicas: fazer o social das mídias digitais e seguir os rastros das humanidades. *Anais do 1 Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais*. Anais...São Leopoldo, RS: Unisinos, 2016

SCOLARI, Carlos Alberto. Mapping conversations about new media: the theoretical field of digital communication. *New Media and Society*, v. 11, n. 6, p. 943–964, 2009.

