



## Mediações comunicativas da cultura na circulação de vídeos sobre saúde no YouTube

### Communicative mediations of culture in health videos circulation on YouTube

*Daniela Muzi*

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS/ Fiocruz)

*Janine Miranda Cardoso*

Professora do PPGICS/ Fiocruz e pesquisadora do Laboratório de Comunicação e Saúde (Laces/Icict/Fiocruz)

#### Resumo

As atuais configurações tecnológicas apresentam diversas possibilidades de circulação de discursos e interação, reconfigurando práticas sociais. A circulação mostra-se como um lugar para a produção, funcionamento e regulação de sentidos onde as intenções da comunicação não são determinadas e nem determinantes, mas processos dinâmicos e imprevisíveis. Sob a perspectiva das Mediações Comunicativas da Cultura de Jesús Martín-Barbero e articulando com os conceitos de circulação e midiatização, que implicam em uma análise que extravase o conteúdo da mídia e volte-se para os aspectos interacionais na sociedade, este trabalho buscará compreender o processo de circulação e apropriação de sentidos de vídeos sobre saúde no *YouTube* e identificar mediações e práticas instauradas no ambiente virtual. Tomaremos como base os resultados encontrados em análises exploratórias da circulação dos vídeos *Nascer no Brasil: Parto, da violência obstétrica às boas práticas* e *Nuvens de veneno*, disponíveis no *YouTube*, sob o método da Teoria Ator-Rede.

**Palavras-chave:** circulação; mediação; midiatização; vídeo; YouTube; TAR. Tradutor

#### Abstract

The current technological configurations present many possibilities of circulation of speeches and interaction, reconfiguring social practices. Circulation is seen as a place for the production, operation, and regulation of meanings where the intentions of communication are not determined and determinant, but dynamic and unpredictable processes. From Jesús Martín-Barbero's perspective of the Communicative Mediation of the Culture in articulation with the concepts of circulation and mediatization, which imply an analysis that goes beyond the content of the media and turns to the interactional aspects in society, this paper pretends to understand the process of circulation and appropriation of meanings of health videos on YouTube and identify mediations and practices established in the virtual environment. Based on the results found in exploratory analyzes of the circulation of videos *Born in Brazil: Childbirth, obstetric violence to good practices* and *Poison clouds*, availables on YouTube, this research uses the Theory-Actor-Network as method.

**Key words:** circulation. mediation. mediatization. video. YouTube. TAR.

## 1. Introdução

Embora a TV ainda seja o meio de comunicação mais acessado e considerado confiável pelos brasileiros, não se pode ignorar o fato de que o acesso à internet é a segunda maior fonte de informação de cerca de metade da população brasileira<sup>1</sup>. Novas práticas e hábitos de uma sociedade mediada por configurações tecnológicas e em constante transformação se apresentam no ambiente virtual, uma delas é a popularidade da plataforma de compartilhamento de vídeos *YouTube*, terceira maior rede social do Brasil e do mundo.

Criado inicialmente em 2005 para ser um site compartilhamento de vídeos pessoais, o *YouTube* foi apropriado e ressignificado pela sociedade passando a agregar conteúdo institucional e reconfigurando-se como uma “fonte de informação” em vez de um “site de vídeos”, como confirma o relatório *YouTube Insights* - publicação direcionada para o planejamento de agências de comunicação e marcas. Outros *insights* mostram essas mudanças do ambiente comunicacional, 59% dos usuários acham que é melhor ficar atualizado pelo *YouTube* do que assistindo notícias; 46% concordam que assistem a programas de TV através do *YouTube*; 31% consideram a plataforma uma fonte de aprendizado e 77% concordam ao afirmar que encontram no *YouTube* conteúdos que não acham em outros lugares.

Números que representam novas práticas e hábitos de uma sociedade mediada por configurações tecnológicas e em constante transformação. Deslocamentos e remediações entre TV e internet, mais especificamente entre TV e *YouTube*, que ao estabelecer sua lógica de canais não deixa de referenciar a matriz cultural televisiva tão popular em nosso país. Para Bolter e Grusin (1999), o significado cultural dos novos meios é atingido prestando homenagem aos meios anteriores em um processo de remodelação dos conteúdos anteriores denominado *remediação*, uma relação semântica onde os novos meios dependem dos velhos. O que também remete ao movimento diacrônico entre Matrizes Culturais e Formatos Industriais presente no Mapa das Mediações de Jesús Martín-Barbero (2015).

A importância da cultura audiovisual é sentida e experimentada a cada dia em diversos segmentos e setores da sociedade. Seja através dos produtos da indústria cultural, de novas tecnologias educacionais ou de novas formas de sociabilidade. A produção e circulação de

---

<sup>1</sup> Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) 2015 e da pesquisa Brasileira de Mídia 201, disponíveis em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2015/default.shtm>; <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em 24 jul 2017.

imagens extrapola o setor do entretenimento alcançando campos como o da saúde, ciência e política. Martín-Barbero (2004) e Canclini (2003) apontam essas mudanças sociais e de modelos culturais onde a experiência é marcada pelo contato com a imagem, mais especificamente com a imagem em movimento.

Em uma sociedade midiaticizada, onde as lógicas da produção midiática se espriam pela práticas sociais em um processo resultante da conversão das tecnologias em meios e criando um novo ambiente (FAUSTO NETO, 2008; SODRÉ, 2003; COULDRY, 2014), a linguagem audiovisual ganha força estratégica para visibilizar e garantir a circularidade da produção de conhecimento pelo seu dinamismo e acessibilidade ao público, despertando o interesse de pesquisadores, grupos e movimentos sociais inseridos no âmbito da saúde coletiva.

Esse processo de atravessamento dos campos sociais, Martín-Barbero chamou de hegemonia comunicacional do mercado na sociedade “a comunicação convertida no mais eficaz motor de desengate e de inserção das culturas [...] no espaço/tempo do mercado e nas tecnologias globais.” (2015, p. 13). Um lugar estratégico estruturado e estruturante da sociedade que permeia e entrelaça-se nas relações e práticas sociais. Juntamente com a cultura e a política, a comunicação ocupa a centralidade do Mapa “Noturno” das Mediações. A partir dessa virada epistemológica, onde rompe com o midiacentrismo dos estudos de comunicação e volta-se para as práticas sociais em uma perspectiva relacional com a sociedade, Martín-Barbero passa a falar em mediações comunicativas da cultura. São elas: a socialidade, gerada a partir das relações cotidianas, resultante dos modos e usos coletivos das comunicação; institucionalidade, uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos ligada ao meios de produção dos discursos, que da parte do Estado busca dar estabilidade à ordem instituída, da parte dos cidadãos busca a defesa dos direitos e o reconhecimento social; tecnicidade, delineada pelo cenário de globalização indica as afetações das cultura e práticas sociais pela tecnologia e, por fim, a ritualidade, que se refere ao nexos simbólico que sustenta a comunicação, ligada à memória seriam as gramáticas da ação do olhar, do escutar, do ler, a capacidade dos meios de imprimirem regras aos sistemas de significação e situação.

Para Martín-Barbero, as mediações, espécie de mestiçagem que não remete ao que foi e sim àquilo que é constitutivo, um tecido de temporalidades, são uma nova sensibilidade política “aberta tanto à institucionalidade quanto à cotidianidade, à subjetivação dos atores sociais e à multiplicidade de solidariedades que operam simultaneamente em nossa sociedade.” (2015, p.

262). Um reconhecimento dos lugares de onde vêm as construções que delimitam e configuram as materialidades sociais e a expressividade cultural.

Dessa forma, o mapa noturno opera com um instrumento analítico trazendo o sujeito à cena da pesquisa, cujo protagonista é o processo comunicacional. Essa perspectiva de Martín-Barbero dialoga com o sentido de midiatização como processo interacional de referência (FAUSTO NETO, 2008), pois “ao mesmo tempo em que a questão comunicacional se torna presente e fundante para a sociedade, os processos sociais se midiatizam – no sentido de que tomam diretamente iniciativas midiatizadoras.” (BRAGA, 2012, p. 34). Uma nova sensibilidade para um novo *bios midático* (SODRÉ, 2003).

O advento da internet favoreceu a interação, modificando as relações de indivíduos e coletividades não só com os meios de comunicação, mas interferindo também nas formas de sociabilidade e experimentação, ampliando “possibilidades de midiatização para setores ‘não-midiáticos’: das mais diversas instituições ao grupos *ad hoc* e aos indivíduos” (BRAGA, 2012, p. 36) e potencializando um modelo de comunicação em rede e não mais transferencial, próprio de meios como jornal, rádio e TV.

Segundo Gustavo Cardoso (2010, p. 24–25), o modelo se define 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.”. Os usuários das mídias participam não só como destinatários, mas como produtores, interlocutores e redistribuidores da informação. Essa capacidade do cidadão comum de falar às massas Manuel Castells (2007; 2015) chama de *autocomunicação de massa*. Segundo o autor, as redes sociais criam novas possibilidades de mobilização e organização para os movimentos sociais e indivíduos fortalecendo o que ele chama de *contrapoder*.

Ao apoiar-se no conceito de mediação de Jesús Martín-Barbero como a articulação entre práticas comunicacionais, cultura e o contexto social como lócus de observação e construção de imaginários sociais e culturais, reconhece-se o receptor como ser ativo, quando até então era visto, na maior parte dos estudos de comunicação, como mero consumidor de informação. No entanto, como apontam Araujo e Oliveira (2012, p. 6), “a imbricação destas questões traz novas maneiras de pensar e analisar a processualidade da comunicação em diferentes instâncias da sociedade, inclusive na da saúde.”.

O conceito de circulação mostra-se central para pensar a mídiatização. Surge a necessidade de se pensar um novo modo de existência da recepção a partir da explicitação dos processos de circulação que incidem sobre novos protocolos que articulam produtores/receptores de discursos, complexificando seus papéis ao organizá-los segundo novas dinâmicas de interfaces (FAUSTO NETO, 2010). Quando se entende que a mídia é condicionada a uma multiplicidade de fatores que relativizam as condições que lhe eram atribuídas, o modelo tecnofuncional utilizado para as análises do campo da comunicação perde força. Assim, a circulação “se oferece como um novo lugar de produção, funcionamento e regulação de sentidos”. (FAUSTO NETO, 2010, p.60).

Comumente a circulação é entendida como uma mensuração quantitativa dos meios de comunicação. A circulação de um jornal ou de uma revista, por exemplo, são números importantes para os setores de publicidade e marketing. Para Jenkins, Green e Ford (2014) essa definição de circulação é na realidade a definição de distribuição, onde o conteúdo da mídia é bastante – ou totalmente – controlado pelos interesses comerciais, movimento de aplicação no mundo da mídia de transmissão aberta. A circulação seria um modelo híbrido e emergente “em que um mix de forças de cima para baixo e de baixo para cima determina como um material é compartilhado, através de culturas e entre elas, de maneira muito mais participativa (e desorganizada).”(JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 24).

Antes restrito ao intervalo entre os dois polos, o conceito de circulação, agora entendido como um lugar posterior à recepção, é visto com maior complexidade, como lugar de observação de valores simbólicos e da produção e recepção de sentidos.

Esse “fluxo adiante” acontece em variadíssimas formas – desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples “conversa de bar” sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas – em processo agonístico; a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais. (BRAGA, 2012, p. 39).

Nas circunstâncias de processo de fluxo contínuo da qual fazem parte as redes sociais on-line, já não é tão simples distinguir “pontos iniciais” e “pontos de chegada”, tampouco produção e recepção como instâncias separadas. Nesse processo o produto midiático não se mostra como um ponto de partida, nem é o quê circula, mas um momento da circulação, “consolidado em sua forma que permanece (e que se multiplica, na sociedade em mídiatização),

pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços.” (BRAGA, 2012, p 41). Ao mesmo tempo, essa permanência faz do produto midiático um “especial objeto de observação para inferências sobre os processos mais gerais em que se inscreve.” (Ibid, p.41). Diante da perspectiva abrangente da circulação, Braga sugere o modelo de circuitos para o trabalho de pesquisa empírica, uma vez que são praticados culturalmente, são reconhecíveis por seus usuários e podem ser descritos e analisados por pesquisadores.

Mario Carlón (2016) problematiza o novo ambiente comunicacional em que estamos inseridos - que durante décadas foi um ambiente dos meios de comunicação de massa -, um novo sistema de mediação com base na internet. O autor afirma que grande parte das pesquisas realizadas não questionam o estatuto atual do objeto que estudam. Ou porque estudam meios de comunicação que não são mais os mesmos ou porque seguem usando os mesmos dispositivos analíticos que usavam há quase vinte anos. No atual contexto de centralidade da comunicação na sociedade mediada, onde os receptores da informação são potencialmente produtores e distribuidores, o estudo do circuito comunicacional parece não só apropriado como necessário, uma vez que as lógicas de produção, circulação e recepção estão cada vez mais imbricadas.

Nesta análise da circulação, toma-se como base os resultados encontrados em exercícios exploratórios sob o método da Teoria Ator-Rede (TAR), de Bruno Latour (2008), a partir de dois vídeos do Selo Fiocruz Vídeo disponíveis no *YouTube*, buscando compreender as novas formas de interação entre produtores, conteúdo e público que se instauram na plataforma de vídeos. Para isso foram escolhidos dois filmes que tiveram bons desempenhos de visualizações na internet, mais de 30 mil cada, *Nascer no Brasil: Parto, da violência obstétrica às boas práticas* (2014) e *Nuvens de veneno* (2013). Ambos os filmes enquadram-se no modo expositivo de classificação de documentários proposto por Bill Nichols (2005, p. 142), com uma estrutura argumentativa que se constrói através dos depoimentos.

Embora Nick Coldry (2014, p. 239) defenda que o desenvolvimento da pesquisa em mediação deva dialogar com a teoria social e critique a abordagem de Latour por “negar o social” ao buscar uma alternativa pelas “associações”, entendemos que a TAR, apesar do nome, não se constitui uma teoria e sim uma metodologia. Uma forma de olhar “miope”, meticulosa e trabalhosa que permite seguir o produto midiático enquanto objeto e rastrear as suas

associações ao longo do circuito comunicacional e conseqüentemente observar os processos de interações da sociedade midiaticizada a partir da circulação de vídeos no *YouTube*.

A TAR é indicada para objetos de estudo em transformação, situações onde proliferam as inovações, onde as fronteiras entre os grupos são incertas, onde flutuam a variedade de atores envolvidos, enfim, para situações temporárias e não cristalizadas. A ferramenta usada pela TAR para essas situações “não enquadráveis” é a descrição através da prática de “seguir os atores” (LATOURE, 2008, p. 27-28), permitindo que eles falem por si. Uma cartografia do movimento, dos fluxos, das associações – por isso a TAR também é chamada de sociologia das associações. Por ator entende-se qualquer fator que possa influenciar a situação, seja ele humano ou não humano. Para Latour, o ator não é aquele que atua/age, mas o que faz agir, o que provoca a ação, exerce influência, ou ainda, aquele que faz a diferença. O que para ele é bem diferente de um intermediário passivo que apenas transporta a força que passa por eles, ideia que aproximamos ao conceito de mediação para Martín-Barbero.

Ao longo da descrição, o mapa noturno torna-se visível em sobreposição ao circuito percorrido que de longe é circular, pelo contrário, se espalha em formato rizomático e se desdobra em camadas de mediações. A metodologia de pesquisa incluiu entrevistas semiestruturadas com os realizadores das obras, para o entendimento dos contextos de produção; análise de dados do *YouTube Analytics* (ferramenta de monitoramento da plataforma de vídeos), para compressão da circulação das produções e observação dos comentários e avaliações dos vídeos na plataforma como uma forma de compreender a recepção dos vídeos.

## **2. Voz, visibilidade e vídeo – sobre a produção e circulação**

A partir da perspectiva da circulação, entende-se que, em ambos os casos aqui relatados, o produto midiático vídeo não como um ponto de partida no fluxo comunicacional, mas “como um ponto de chegada, como consequência de uma série de processos, de expectativas, de interesses e de ações que resultam em sua composição como “um objeto para circular” – e que, por sua vez, realimenta o fluxo da circulação.” (BRAGA, 2012, p.41).

Recentes evidências científicas sugerem que o modelo medicalizado de nascimentos, com excesso de intervenções como medicamentos para indução ou aceleração do parto, anestesia, episiotomia, e principalmente a cesariana desnecessária, tiveram como uma das suas consequências o aumento na taxa de nascimentos prematuros, além inúmeros casos de violência

obstétrica que marcam a vida das mulheres. Para aprofundar o estudo das repercussões destes procedimentos sobre os desfechos maternos e neonatais, foi criado, sob a coordenação geral da pesquisadora da Fiocruz Maria do Carmo Leal, o projeto de pesquisa [Nascer no Brasil: Inquérito Nacional sobre Parto e Nascimento](#). Um estudo inédito realizado em hospitais públicos e privados de todas as regiões do Brasil com o intuito de conhecer melhor a atenção ao pré-natal, ao parto, ao nascimento e ao puerpério no Brasil, além de estimar a prevalência da prematuridade e a incidência de complicações clínicas imediatas ao parto e após o parto para as mães e recém-nascidos. Também se descreveu a prevalência de morbidade materna grave e desenvolveu-se o conceito de morbidade neonatal grave.

A realização dos vídeos da série *Nascer do Brasil, Parto, da violência obstétrica às boas práticas e Cesária mitos e riscos*, surge da iniciativa da coordenadora da pesquisa para sensibilizar as pessoas sobre o lado humano do parto. A ideia inicial era produzir pequenos filmes com temas específicos para apoiar a apresentação formal dos resultados da pesquisa para profissionais e pesquisadores da saúde ou que fossem exibidos nas salas de espera da atenção pré-natal do SUS. Levado à VideoSaúde Distribuidora da Fiocruz, setor realizador e distribuidor de vídeos da Fundação Oswaldo Cruz, a iniciativa ganhou outros contornos. A Distribuidora sugeriu que o filme entrasse para o seu portfólio (catálogo do Selo Fiocruz Vídeo) e que fosse exibido em TV aberta no programa VideoSaúde. A oportunidade levou a diretora a refletir sobre o formato do filme uma vez que a voz da pesquisa estaria ampliada para uma audiência maior.

Entre as filmagens e a edição haviam se passado dois anos. Para conter o excesso de cesáreas, a Secretaria de Saúde da Mulher [do Governo Federal] havia implantado novas políticas e um programa de boas práticas nos hospitais do SUS. Como nós somos ativistas da causa do nascimento saudável e cientes de que a realidade do nascimento no Brasil estava em uma fase de transição, tomamos a decisão de voltar a campo para filmar e verificar se realmente as novas práticas estavam sendo implantadas no sistema público de saúde. Nós voltamos a alguns hospitais da primeira amostra e vimos uma outra realidade na qual as mulheres notavam as diferenças de mudanças de prática. O filme assume o formato final e a temporalidade de três anos, com a documentação de momentos distintos na prática do nascimento. Não são todos os hospitais que aderiram às mudanças, mas a nossa intenção foi trabalhar em um filme educativo, democrático, que todos tivessem acesso, onde qualquer pessoa pudesse compreender e que os números da pesquisa estivessem explícitos. Assim, diante desta oportunidade, o filme passaria a ser um produto social da própria pesquisa com disseminação de conteúdo acadêmico<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Entrevista concedida à Daniela Muzi por Bia Fioretti. Rio de Janeiro, 2014-2016.

O filme foi dirigido, produzido e gravado por Bia Fioretti, publicitária, ativista e pesquisadora do campo da Comunicação e Saúde. O documentário *Nascer no Brasil: Parto, da violência obstétrica às boas práticas*, de 20 minutos de duração, retrata, através de depoimentos de mulheres logo após os nascimentos de seus filhos, as ambiguidades na atenção ao parto e nascimento, excesso de intervenções, descaso com pacientes e procedimentos que passaram a serem usados de forma rotineira causando mais traumas do que benefícios.

Já o documentário *Nuvens de veneno*, de 22 minutos, realizado pela Secretaria de Saúde de Mato Grosso, Terra Firme (produtora audiovisual) e a VideoSaúde também é fruto de uma pesquisa. É produto da tese do professor da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT) e médico, Wanderlei Pignati, em convênio com a Fiocruz, onde realizou o doutorado. Pignati, militante na luta contra os agrotóxicos, pesquisou o impacto do uso dos agroquímicos na saúde dos trabalhadores e no meio ambiente. O documentário reúne depoimentos de pesquisadores, profissionais de saúde, trabalhadores rurais, sindicalistas e moradores das regiões afetadas pela pulverização de agrotóxicos no Mato Grosso, estado fortemente impactado pelo modelo de produção do agronegócio. O vídeo integra o projeto “Saúde Coletiva, Saúde do Trabalhador e a Sustentabilidade no Agronegócio”, coordenado pelo pesquisador do Centro de Estudos da Saúde do Trabalhador e Ecologia Humana da Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca (Cesteh/Ensp/Fiocruz), Carlos Minayo.

Beto Novaes, professor e pesquisador da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) com mais de 30 anos de atuação junto a movimentos sociais desenvolvendo projetos audiovisuais sobre questões sociais que integram ensino, pesquisa e extensão, foi convidado por Minayo, com quem desenvolve outros projetos na mesma linha, para dirigir o filme. “A linguagem acadêmica é muito restrita e não dá visibilidade, não gera informações para outros pesquisadores que não estão pesquisando esse tema. O desafio é levar para a sociedade o trabalho que a universidade faz”<sup>3</sup>, justifica Beto Novaes a escolha do audiovisual como estratégia para dar visibilidade ao conteúdo da pesquisa.

No rastreamento pela TAR, onde as redes de associações a partir dos filmes foram traçadas, ambos os filmes foram ligados a outros documentários por circunstâncias da sua produção e circulação, quer seja pelas mediações interdiscursivas (ORLANDI, 2015) entre

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida à Daniela Muzi por Beto Novaes. Rio de Janeiro, 23 dez 2016.

outros filmes produzidos sobre a mesma temática, quer seja por mediações tecnológicas ocorridas no âmbito da circulação dos filmes no *YouTube*.

*Nascer no Brasil* é associado ao filme *O renascimento do parto* (2013), lançado comercialmente nos cinemas um ano antes e com grande repercussão de público e crítica, alcançando a terceira maior bilheteria do país em 2013 no gênero documentário nas 22 semanas em que ficou em cartaz em 50 cidades. Foi selecionado por diversos festivais nacionais e internacionais, como o *Los Angeles Brazilian Film Festival*, e exibido em sessão especial no Palácio do Planalto, no Fórum Mundial de Direitos Humanos e no Fórum Social Mundial. Só o trailer na internet alcançou mais de um milhão e meio de visualizações.

*O renascimento do parto* volta-se aos partos normais domiciliares, que não realizados pelo Sistema Único de Saúde (SUS) e nem são cobertos pelo Sistema de Saúde Suplementar. Por conta disso, a diretora de *Nascer no Brasil* optou por abordar apenas os partos normais realizados pelo SUS, mostrando que também podem ser uma possibilidade no sistema público de saúde, que atende 75% da população brasileira. *O Renascimento do parto* foi produzido de forma independente através de financiamento coletivo pela internet, batendo o recorde brasileiro em *crowdfunding*. Segundo entrevista dos realizadores para o blog *Apenas um papo*, a ideia do filme surgiu em 2011 quando o casal percebeu a carência de informações de qualidade sobre o assunto “parto e nascimento” no cenário brasileiro.

A segunda associação se dá diretamente na circulação com o filme *Violência obstétrica – a voz das brasileiras* (2012). O documentário com mais de 210 mil visualizações, é uma das principais origens de tráfego, uma vez que sugere o vídeo *Nascer no Brasil: Parto, da violência obstétrica às boas práticas*. Isso ocorre porque o público e os sistemas de pesquisa e descoberta do *YouTube* fazem uso das informações do título e ambos contêm as palavras “violência obstétrica”.

*Violência obstétrica – a voz das brasileiras*, de 52 minutos, foi realizado de forma colaborativa com depoimentos de mulheres sobre histórias de violência, intolerância, ignorância e racismo que marcaram seus corpos e vidas. As histórias são contadas a partir de um roteiro de perguntas elaborado pelas produtoras/realizadoras que também são pesquisadoras do campo da Saúde Coletiva. As depoentes gravaram os depoimentos em suas próprias casas com *webcam*, celular e/ou máquina fotográfica. A convocação veio a partir de uma postagem coletiva realizada nos blogs *Cientista Que Virou Mãe* e *Parto no Brasil*. O filme foi lançado

em um evento científico da Associação Brasileira de Saúde Coletiva (Abrasco) e disponibilizado no *YouTube* em 2011.

A partir de então, os coletivos femininos começaram a se mobilizar em termos de circulação de informação, denúncia da situação da assistência obstétrica brasileira, reivindicação de direitos, discussão sobre o assunto. E as mídias sociais apareceram como fator catalisador crucial para todas as ações que se seguiram.<sup>4</sup>

Da mesma forma, *Nuvens de veneno*, *O veneno está na mesa (2011)* e *O veneno está mesa II (2014)* foram interligados. Os três filmes estão recorrentemente ligados em outros trabalhos, relatórios e pesquisas conformando-se como referências fílmicas do tema agrotóxicos. Desde 2008, o movimento dos agricultores vinha denunciando o impacto dos agrotóxicos, como o caso ocorrido no interior do Espírito Santo quando as aulas foram interrompidas e diversas crianças passaram mal, algumas chegando até a desmaiar, após a pulverização aérea de agrotóxicos em uma plantação de café próxima à escola. Movimentos sociais do campo e pesquisadores vinham tomando ciência que a situação do campo em relação ao uso de agrotóxicos estava se agravando ao mesmo tempo em que o país, já em 2008, despontava como o maior consumidor de agrotóxicos.

A mobilização culminou com a organização do Seminário Nacional contra o Uso de Agrotóxicos, realizado em setembro de 2010 na Escola Nacional Florestan Fernandes (Enff), em Guararema, São Paulo. O evento foi organizado pela Via Campesina, organização internacional de camponeses formada por movimentos sociais e organizações de todo o mundo, e pela Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio (EPSJV/Fiocruz), cujo Laboratório de Educação Profissional e Vigilância em Saúde atua desde 2005 junto aos movimentos sociais com pesquisas para o desenvolvimento de cursos que promovam a saúde no campo. As cerca de 90 pessoas presentes, representantes de mais de 30 movimentos sociais, instituições, entidades ambientalistas e organizações da sociedade civil, decidiram pela criação da Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida juntamente com a proposta de sensibilizar a população brasileira para os riscos que os agrotóxicos representam e para

---

<sup>4</sup> Relato da bióloga Ligia Moreiras Sena no blog *Cientista que virou mãe* disponível em: <http://www.cientistaqueviroumae.com.br/blog/textos/violencia-obstetrica- a-voz- das-brasileiras- assista>> Acesso em 12 nov 2016.

combater o uso no Brasil. Um grupo é destacado para pensar as estratégias da campanha dentre elas a realização de um filme.

A Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida é lançada no dia 7 de abril de 2011, Dia Mundial da Saúde, com a estratégia de trabalhar a comunicação com a sociedade como um todo, com quem é consumidor dos alimentos e vive nas cidades, assim como quem trabalha no campo. “O documentário *O veneno está mesa* é encomendado pela Campanha para que pudesse dialogar com os diferentes públicos e ser construído junto com a campanha”, relembra André Burigo<sup>5</sup>, pesquisador da Fiocruz que participou da produção do filme.

*O veneno está na mesa* (48 min), de Silvio Tendler, é primeiro documentário lançado pela Campanha, em 25 de julho de 2011, no Teatro Oi Casa Grande, e foi imediatamente disponibilizado na internet no site <http://contraosagrototoxicos.org/> onde está disponível para visualização e *download* para ser livremente exibido e compartilhado, além de ter tido duas mil cópias em DVD para distribuição aos movimentos sociais. O filme denuncia os efeitos nocivos dos agrotóxicos tanto para os trabalhadores, que manipulam os venenos, quanto para toda a população do campo e das cidades, que consomem os produtos agrícolas com agrotóxicos. Reúne depoimentos de integrantes de entidades do movimento social, técnicos, agricultores e parlamentares – inclusive de defensores dos agrotóxicos e transgênicos – e do jornalista uruguaio Eduardo Galeano. Ter sido realizado por um cineasta de renome e reunido depoimentos de formadores de opinião como Galeano contribuíram com a grande repercussão do documentário e para a produção da sequência.

O segundo filme, *O veneno está mesa II* (70 min), também dirigido por Silvio Tendler, foi lançado pela Campanha em 16 de abril de 2014 como um desdobramento do primeiro filme. O longa-metragem avança na abordagem do modelo agrícola nacional atual e de suas consequências para a saúde pública apresentando experiências agroecológicas no Brasil como alternativas ao agronegócio. Conta com depoimentos de pesquisadores, especialistas e testemunhas dos malefícios causados pelos agrotóxicos.

O uso do audiovisual tem sido uma das estratégias de luta usada pelos movimentos sociais desde a década de 1980 devido à popularização do vídeo. O formato foi apropriado por grupos de minoria como homossexuais, portadores de HIV, negros e mulheres, cujos filmes são

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida à Daniela Muzi por André Burigo. Rio de Janeiro, 6 jan 2017.

manifestações de identidades políticas que deslocam para a mídia problemas até então marginais (SILVA, 2004, p.46). Fasanello, Araujo e Porto (2016) abordam o potencial do audiovisual, em especial da recente produção documental sobre os temas agrotóxico e agroecologia, como estratégia de lutas sociais contra as consequências do agronegócio, fortalecendo novas comunidades discursivas e em contraponto às perspectivas dominantes e socialmente injustas. Na mesma linha seguem os vídeos sobre parto, que tiveram em comum o fato de terem sido produzidos por mulheres militantes do parto saudável em condições adversas de produção, onde a ação colaborativa e parcerias foram determinantes para a realização. A rede de apoio é uma marca do movimento de mulheres.

Ambos os grupos sociais, de mulheres e que combatem o uso de agrotóxicos, usaram o vídeo como forma de dar voz e visibilidade às suas ações e para amplificar a circulação de seus conteúdos para além dos círculos acadêmicos de pesquisa, numa tentativa de ampliar o acesso da informação para a sociedade. Uma apropriação dos movimentos sociais de estratégias midiáticas para fortalecer interesses contra-hegemônicos. Um discurso que encontra ressonância no próprio *YouTube*, “Nossa missão é dar a todos uma voz e revelar o mundo.”, inclusive nos valores que os definem: “Liberdade de expressão”, “Direito à informação”, “Direito à oportunidade” e “Liberdade para pertencer”.<sup>6</sup>

### 3. Circulando sentidos na internet

Na visão geral dos dados fornecidos pelo *YouTube Analytics* desde a data de publicação dos vídeos *Nascer no Brasil* e *Nuvens de veneno*<sup>7</sup> até 12 de novembro de 2016, pode-se observar que as produções são vistas majoritariamente no Brasil (95% e 96%), o primeiro mais visto por mulheres (76%) e o segundo mais visto por homens (69%). Para esses resultados é importante considerar o fato dos vídeos serem produções brasileiras faladas em português, com palavras-chave (*tags*) em português, e tratarem, respectivamente, de temáticas do universo feminino e onde há prevalência de homens.

A faixa etária predominante entre homens e mulheres varia dos 18 aos 35 anos, público majoritário do *YouTube* de forma geral, também conhecido como *millenials*, um termo criado

---

<sup>6</sup> Trechos retirados da seção “Sobre o YouTube” <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/>> Acesso em 01 ago 2017.

pelo historiador e economista norte-americano Neil Howe nos anos 1990 para se referir à geração do milênio nascida a partir do início dos anos 80. O principal local de reprodução é a página individual do vídeo no *YouTube* e todas as avaliações dos vídeos no período foram positivas, indicando uma audiência receptiva ao filme e sugerindo um interesse ou procura do conteúdo específico. Os tipos de dispositivos mais usados são computadores e celulares, nesta ordem.

O vídeo *Nascer no Brasil* foi disponibilizado em março de 2015, meses após o lançamento, no canal da VideoSaúde no *YouTube* e conta com um número crescente de visualizações, mais de 41 mil até julho de 2017, 1.188 compartilhamentos, 689 avaliações positivas, sete negativas (mão com polegar indicando gostei ou não gostei). Dos 31 comentários postados 17 foram positivos em relação ao filme e sua temática, elogios, mensagens de apoio, agradecimento ou solicitação de informação; 14 foram negativos em relação ao tema, relatos de experiências negativas, mensagens de gestantes com medo do parto, reclamação ou crítica sobre a rede de atendimento ou confirmando a violência obstétrica relatada no filme. Pela leitura é possível observar que todos os comentários foram feitos por mulheres, nove foram identificadas como gestantes e três já são mães, o que confirma a prática de busca de informação no *YouTube*.

Na análise a partir da origem do tráfego das visualizações de *Nascer no Brasil*, os vídeos sugeridos (sugestões que aparecem ao lado ou depois de outros vídeos) foram as principais fontes com 46%; origem externa em segundo lugar, com 24%, e em terceiro lugar a pesquisa no *YouTube*, com 12%. Focando nos vídeos sugeridos, quatro vídeos destacam-se por aumentar o tráfego, juntos somam 43,8% do fator analisado. Em comum, além da temática, têm o fato de conterem as mesmas palavras do título *Nascer no Brasil: Parto, da violência obstétrica às boas práticas*: “violência obstétrica”, “parto” e “Nascer no Brasil”. O título, como citamos anteriormente, é uma forma de busca e descoberta dos usuários e do próprio *YouTube*. Além disso, os três primeiros vídeos da lista possuem número de visualizações superior ao vídeo *Nascer no Brasil: Parto, da violência obstétrica às boas práticas* (201.774, 49.670 e 79.976 respectivamente<sup>7</sup>), fator que alavanca a circulação do mesmo. Todos os filmes têm comentários positivos e predominantemente de mulheres e com a maioria das avaliações positivas.

---

<sup>7</sup> Dados coletados do YouTube em 12 de novembro de 2016.

O segundo fator, origem externa, trata-se do tráfego de websites e aplicativos que incorporam ou vinculam os vídeos publicados no *YouTube*. Destacam-se o Facebook com 49%, o Google Search (resultados da pesquisa no Google vinculados a vídeos do *YouTube*) com 19%. A incorporação em sites de instituições públicas, como a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), Rede Humaniza SUS, Fiocruz e a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) tiveram o mesmo impacto que veículos de comunicação alternativos como os blogs *Parto por Amor*, *Mãe de Peso* e o site independente *Criança e Saúde*.

Já a pesquisa no *YouTube* foi responsável por 23% das visualizações, terceiro maior fator. Foi observada a presença de palavras contidas no título do filme e que também são palavras-chave da obra como “nascer no brasil”, “violência obstétrica” e “parto”. Com o documentário *Nuvens de veneno* a pesquisa no *YouTube* aparece como o principal fator para a origem do tráfego, com 72%, e as palavras buscadas foram majoritariamente ligadas ao título, o que aponta para uma busca consciente por parte dos usuários.

Rastreando pelo link do vídeo (<https://youtu.be/Q9G5uyRKsyk>) no Google, 469 resultados foram encontrados<sup>8</sup>. Em uma análise dos 10 primeiros resultados excetuando o link do próprio filme no *YouTube* e anúncios, observa-se que o vídeo, mesmo sendo lançado em 2014 e disponibilizado na internet em 2015, continua sendo referendado em publicações em 2017, o que lhe garante sobrevivência e amplia a circulação, atividade típica do fenômeno da cauda longa .

Agrupando em categorias em categorias, o link do vídeo foi compartilhado em dois sites - *Revista Araguaia*, uma publicação on-line e impressa da cidade de São Félix do Araguaia, no Mato Grosso e no site do Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades (Ceert), uma ONG voltada para a promoção da igualdade de raça e gênero. As outras oito citações são atribuídas às redes sociais on-line, postagens no *Facebook* (2), em *blogs* (2), comentários em aplicativos ou comunidades on-line (2) e *Twitter* (1), confirmando a comunicação em rede possibilitada pela internet.

Um olhar mais de perto sobre os compartilhamentos dos links nas redes sociais mostra a articulação dos movimentos sociais e a sociedade civil na internet. O link foi compartilhado

---

<sup>8</sup> Busca realizada no Google: [https://www.google.com.br/search?q=https://youtu.be/Q9G5uyRKsyk&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&gws\\_rd=cr&ei=o0x6WaaRD8X5wgS8jbe4Dw](https://www.google.com.br/search?q=https://youtu.be/Q9G5uyRKsyk&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&gws_rd=cr&ei=o0x6WaaRD8X5wgS8jbe4Dw).

na página no *Facebook* *Enfermagem Obstétrica: Um olhar diferenciado*, é uma página criada para divulgar o papel da enfermagem obstétrica profissional - profissional de saúde habilitado pelo Ministério da Saúde para realizar parto normal que não tenha nenhuma complicação na saúde da criança ou da mãe, mas cuja habilitação gera controvérsias junto à comunidade médica. Foi também compartilhado na conta do *Twitter* de uma suposta profissional de saúde, *Louise Saúde Digital – A informação ao Alcance de Todos*. Nesses espaços há apenas a publicação do link do vídeo no *YouTube* que gera a uma imagem miniatura do mesmo. São espaços nas redes sociais criados para propagar a informação onde o compartilhamento ganha o sentido de democratizar a comunicação.

Em outra página no *Facebook*, cujo nome faz referência à pintora Frida Kahlo, *Não Me Kahlo*, de um coletivo feminista que atua na defesa do direito das mulheres e desenvolvimento de estudos sobre feminismo, o nome e link do filme aparecem em um *post* público publicado em 14 de junho de 2016 que continha uma lista de “9 DOCUMENTÁRIOS PARA DEBATER ABORTO E VIOLÊNCIA OBSTÉTRICA”. O *post* teve 1.600 curtidas, 324 comentários e 1 mil compartilhamentos. A página tem mais de um 1, 2 milhões de seguidores. A mesma lista foi replicada em dois *blogs* em datas posteriores à publicação em *Não Me Kahlo, Dinâmicas de Grupos e Serviço Social*, um espaço de discussão e troca de informação sobre dinâmicas de grupo para assistentes sociais e num *blog* pessoal com conteúdo de viés esquerdista, *Teoria versus Prática*.

Ainda nas redes sociais pudemos agrupar duas citações que vieram em ambientes virtuais com espaços para interação social através de troca de mensagens. A primeira em um comentário de um evento, o Encontro Regional dos Estudantes de Medicina (Erem 2017), em um aplicativo de eventos chamado *Evensi*. Em meio a conversas de confraternização e paquera, uma das estudantes, ao se dirigir aos participantes da oficina “Violência Obstétrica e Parto Humanizado”, disponibiliza os links “prometidos” de filmes sobre a temática. A outra citação aparece em uma comunidade virtual do site *Baby Center*, com conteúdo voltado sobre gravidez e bebês. Uma internauta passa o link do filme em resposta à pergunta “Meninas como é o parto pelo SUS?”. Em sua resposta podemos ver um posicionamento em defesa pelo SUS.

O atendimento no SUS vem mudando bastante depois do Projeto Cegonha. Já existem no Brasil várias maternidades que fazem parto humanizado ou bem próximo disso, inclusive com a presença de doulas. Existem também as Casas de Parto, mas infelizmente ainda em pequeno número. Para se ter uma

ideia o que se vê hoje é um movimento de algumas com planos de saúde irem fazer seus partos pelo SUS! Porque para se conseguir parto normal pelo plano é uma guerra e humanizado praticamente só particular. Passo dois links para vídeos produzidos no estudo da Fiocruz Nascir no Brasil: inquérito nacional sobre parto e nascimento, acredito que vá ajudar a esclarecer suas dúvidas.

Não houve a repercussão do link dos vídeos em grandes veículos de comunicação e sim em redes de comunicação alternativas. Repetindo o procedimento com o link do vídeo *Nuvens de Veneno*<sup>9</sup>, no agrupamento por categorias o vídeo circulou em quatro sites ou portais independentes que abordam questões ambientais, *Nosso futuro roubado*, *EcoAgência*, *Movimento Sem Terra*, *Estação X*; em quatro redes sociais, *Google+*, *Facebook*, *Avaaz* (em uma petição contra o uso de agrotóxicos); em um site de compartilhamento de vídeos que espelha os conteúdos do *YouTube* de forma automatizada e em uma apresentação elaborada pelo Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese) para o Encontro Nacional dos Trabalhadores do Setor de Fertilizantes e Defensivos Agrícolas – 2015.

Vale destacar a disponibilização do link direto para o filme no Dossiê Abrasco, que aparece na segunda página de resultados, junto com outros seis vídeos bastante referendados sobre os temas agrotóxicos, transgênicos, agronegócio e agroecologia, são eles: *O veneno está na mesa*, *O veneno está na mesa II*, *O mundo segundo a Monsanto*, *Chapada do Apodi*, *morte e vida* e *Pontal do Buriti – brincando na chuva de veneno*.

*Nuvens de veneno*, lançado em outubro de 2013 na Fiocruz, foi disponibilizado espontaneamente pouco mais de um mês depois, em dezembro de 2013, no canal do Fórum Mato-grossense de Meio Ambiente e Desenvolvimento (Formad), *secretaria formad*. De lá até de julho de 2017 o vídeo alcançou mais de 36 mil visualizações em uma curva ascendente, 1.031 compartilhamentos, 507 avaliações positivas, sete negativas e dos comentários 47 comentários postados 41 foram em apoio.

Disponibilizado no canal da VideoSaúde Distribuidora no *YouTube* três anos após o lançamento, em 19 de fevereiro de 2016, o vídeo não alcançou o mesmo desempenho do canal *secretariaformad*, não passando de 1.415 visualizações, 43 compartilhamentos, 23 avaliações positivas, nenhuma negativa e nenhum comentário. Levando em consideração que o tempo de

---

<sup>9</sup> Na busca realizada no Google encontramos a mesma média de resultados, 487 citações: [https://www.google.com.br/search?q=https://youtu.be/v2eUR5EyX9w&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&gws\\_rd=cr&ei=V216WIRAhLDABLCWqvgM#q=https://youtu.be/v2eUR5EyX9w&start=0](https://www.google.com.br/search?q=https://youtu.be/v2eUR5EyX9w&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&gws_rd=cr&ei=V216WIRAhLDABLCWqvgM#q=https://youtu.be/v2eUR5EyX9w&start=0). Acesso em 14 jan 2017.

vida de um vídeo no *YouTube* atua positivamente para a sua maior visualização, é importante destacar que no mesmo canal, que conta com cerca de dois mil inscritos, há vídeos sobre outros temas disponibilizados no mesmo período com mais de 27 mil visualizações. A existência de um link mais antigo do mesmo vídeo que é mais referenciado, inclusive no Dossiê Abrasco, pode ser um fator que justifique a pouca visualização do vídeo disponibilizado no canal da VideoSaúde. Também corrobora o fato de que o Formad é uma organização do Mato Grosso, estado onde o filme foi gravado e estado onde vive e trabalha o professor Wanderley Pignati, um dos principais personagens do documentário, cuja tese serviu de argumento para o filme. Apesar da potencialidade de globalização da internet, “há uma tendência de comunicarmos com os pares, com os quais mantemos relações de proximidade e afinidade”.(MUZI, 2014).

Rastreando pelo link do vídeo disponível no canal VideoSaúde Distribuidora da Fiocruz (<https://youtu.be/jZ1QUAxFaxs>) no Google encontramos nove resultados, consequência direta da menor circulação do vídeo. Mantendo a separação por categorias, cinco resultados foram como vídeo sugerido pelo *YouTube* em outros vídeos, dois em sites de compartilhamento de vídeos que espelham o conteúdo do *YouTube* e apenas dois resultados derivados de um ator humano, um no site da Terra Firme, coprodutora do filme, e um em um portal independente de notícias de Cuiabá, Mato Grosso. O link do vídeo foi postado em um comentário crítico à notícia “McDia Feliz acontece no próximo sábado; recursos irão para UTI pediátrica do Hospital de Câncer”. O comentário destaca o filme *Muito além do peso*, que critica a indústria alimentícia e suas estratégias para atingir o público infantil e o fato de que o estado é o campeão em envenenamento por agrotóxicos. Este comentário específico recebeu quatro avaliações positivas e quatro negativas, além de quatro outros comentários negativos.

#### **4. Conclusão**

A circulação do conhecimento na internet através das redes sociais conta com grande potencial democrático contribuindo com a circulação de discursos contra-hegemônicos como os da saúde coletiva, que não encontram espaço na mídia, despontando como uma nova *institucionalidade* que favorece a democratização da comunicação e do acesso ao conhecimento

em saúde. A comunicação em rede associada à práticas da cultura participativa<sup>10</sup> oferece novos recursos e favorece a comunicação de grupos sociais que buscam se fazerem ouvir (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

No campo da saúde, a comunicação é bastante associada à noção de direito. Considerada como um bem público e um dos determinantes sociais em saúde (DSS), uma vez que direito à comunicação e do acesso à informação são fundamentais na defesa de outros direitos, em especial, o direito à saúde, contribuindo assim com a construção de políticas públicas de saúde, com as tomadas de decisão. A informação é fundamental para a condição humana e é desigualmente distribuída entre os atores sociais, uma vez que é apropriada por alguns, que restringem o acesso, excluindo muitos. Guimarães, Silva e Noronha (2011) apontam para a ambiguidade das tecnologias de informação e comunicação com o conceito de exclusão digital, onde o acesso desigual leva às desigualdades no acesso à informação.

Os vídeos enquanto produtos midiáticos mostram-se como “consequência de uma gama de processos, de expectativas, de interesses e de ações que resultam em sua composição como ‘um objeto para circular’ – e que, por sua vez, realimenta o fluxo da circulação” (BRAGA, 2012, p.41). As novas configurações sociotécnicas propiciadas pela internet como alternativa à divulgação de informações transformam a pretensa passividade individual do assistir em uma ação coletiva no compartilhamento de informação, transformando significativamente práticas sociais e formas de *socialidades* e criando novos sentidos à tecnologia.

Operando em um mercado simbólico (ARAUJO, 2004), a circulação de vídeos é mediada por indivíduos, comunidades discursivas que potencializam a circulação de discursos oferecendo *ritualidades* que legitimam as produções, ao mesmo tempo em que encapsulam discursos, o que pode ser observado por referências e citações dos vídeos em páginas, sites e blogs afins e pelas avaliações positivas que os vídeos obtiveram no YouTube.

Algumas *tecnicidades* também foram observadas. A internet também permite maior longevidade aos filmes, que operam numa lógica que se assemelha ao conceito da cauda longa (ANDERSON, 2006), que discorre sobre uma equivalência do mercado de nicho, que vende ao longo do tempo, aos produtos populares, que são vendidos em grandes quantidades em um curto

---

<sup>10</sup> Cunhado em 1992 por Henry Jenkins para definir a produção cultural e as interações sociais dos fãs, o conceito foi evoluindo para se referir aos diversos grupos que atuam na produção e distribuição de mídia para atender seus interesses coletivos.

espaço de tempo. Nos casos dos vídeos analisados, o tempo de vida em que estão disponíveis no *YouTube* é favorável ao número de visualizações e interações. Quanto maior o tempo em que estão disponíveis mais visualizações recebem, ao mesmo tempo, a falta de compartilhamento decreta uma espécie de esquecimento da obra na rede. Os filtros de busca e descoberta também se mostraram como importantes mediadores da circulação. A forma como os vídeos são nomeados e indexados através de *tags* são determinantes para a sua circulação uma vez que o YouTube atua como um buscador de conteúdo e de forma “colaborativa”, pois um filme com maior número de visualizações pode alavancar a visualização de outros vídeos sobre o mesmo tema desde que usem as mesmas palavras contidas no título e/ou *tags*.

Apesar da pouca rastreabilidade dos dados, que passam a depender da observação das redes e da complexidade da análise da circulação, a Teoria Ator-Rede mostrou-se uma potencial metodologia para a análise da circulação viabilizando o mapeamento das mediações. No entanto, este cruzamento de rastreamentos apontou para a necessidade de uma análise em relação à dimensão discursiva dos comentários e textos criados a partir dos vídeos, fatores que também atuam na circulação dos vídeos e ajudam a compreender as práticas sociais instauradas no compartilhamento de informações na internet.

Os vídeos que integram o *corpus* desta análise partem do desafio de levar à sociedade o conhecimento científico produzido por pesquisadores e militantes que, em uma perspectiva midiaticizada, utilizaram o audiovisual enquanto estratégia para ampliar a circulação das suas pesquisas saindo do campo acadêmico. A comunicação justifica-se na centralidade das mediações comunicativas da cultura.

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

ARAUJO, I. S. DE. Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. **Interface - Comunicação, Saúde e Educação**, v. 8/14, p. 165–178, 2004.

ARAUJO, I. S. DE; OLIVEIRA, V. DE C. Comunicação e Mediações em Saúde: Um olhar a partir do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (ICICT/Fiocruz). **Reciis**, v. 6, p. 584, 2012.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: The

MIT Press, 1999.

BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: **Mediação & Mediatização**. Salvador; Brasília: EDUFBA; Compós, 2012. p. 31–52.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2003.

CARDOSO, G. Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação. In: MORAES, D. (Org.) **Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. p. 25–32.

CARLÓN, M. **Después del fin: una perspectiva no antropocêntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube**. Buenos Aires: La Crujía, 2016.

CASTELLS, M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society. **International Journal of Communication**, v. 1, n. June 2006, p. 238–266, 2007.

CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

COULDRY, N. Mediatization an the future of field theory. In: LUNDBY, K. (Org.). **Mediatization of communication**. Berlin/Boston: De Gruyter, 2014. p. 227–245.

FASANELLO, M. T.; ARAUJO, I. S. DE; PORTO, M. F. Produção audiovisual nas lutas dos movimentos sociais do campo no Brasil: dimensões comunicacional e epistemológica. **Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital Publicación**, v. 5, n. 2, p. 118–147, 2016.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Matrizes**, v. 1, n. 2, p. 89–105, 2008.

FAUSTO NETO, A. As bordas da circulação. **Alceu**, v. 10, n. 20, p. 55–69, 2010.

GUIMARÃES, M. C. S.; SILVA, C. H. DA; NORONHA, I. M. H. El acceso a la información como determinante social de la salud. **Salud Colectiva**, v. 7, n. 1, p. S9–S18, 2011.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

LATOUR, B. **Reensamblar losocial: una introducción a la teoría del actor-rede**. Buenos Aires: Manantial, 2008.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 7<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

MUZI, D. Comunicação em rede na contramão do SUS: uma análise da experiência da VideoSaúde no Facebook. In: TAVARES, D.; REZENDE, R. (Org.) **Mídias & Divulgação**



**Científica: Desafios e Experimentações em meio à Popularização da Ciência.** Rio de Janeiro: Ciências e Cognição, 2014.

NICHOLS, B. **Introdução ao documentário.** 3.ed ed. Campinas: Papirus, 2008.

ORLANDI, E. **Análise do discursos: princípios e procedimentos.** 2ª ed. Campinas: Editora Pontes, 2015.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: por uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis: Vozes, 2003.