

# Mediaciones culturales y etnografía: entrelaces teórico-metodológicos para la comprensión de los procesos de desinformación en la salud

*Cultural mediations and ethnography: theoretical-methodological entanglements to understanding the processes of misinformation in health*

*Mediações culturais e etnografia: entrelaçamentos teórico-metodológicos para a compreensão dos processos de desinformação na saúde*

e-ISSN: 1605 -4806

VOL 26 N° 115 septiembre - diciembre 2022 Monográfico pp. 74-90

Recibido 12-07-2022 Aprobado 14-12-2022

## **Igor Sacramento**

Brasil

Fundación Oswaldo Cruz y Universidad Federal del Rio de Janeiro

igor.sacramento@icict.fiocruz.br

## **Ana Carolina Monari**

Brasil

Fundación Oswaldo Cruz

capmonari@gmail.com

## **Hully Falcão**

Brasil

Fundación Oswaldo Cruz

hullyfalcao@gmail.com

## **Resumen**

En la contemporaneidad estamos viviendo un momento de disputas por la verdad, donde la ciencia y los hechos objetivos acaban siendo colocados bajo sospecha, siendo rechazados por la emoción y por los conocimientos obtenidos a través de la experiencia. El Internet y las redes sociales digitales acaban constituyéndose en este contexto como un espacio de circulación de información sobre la salud. Las disputas contemporáneas por la verdad hacen tambalear a las instituciones democráticas y hacen que las narraciones basadas en expe-

riencias, creencias y convicciones personales prevalezcan sobre el método científico. Reconociendo este escenario, este artículo se plantea a ir en dirección opuesta a la de los estudios sobre desinformación llevados a cabo en Brasil, los cuales centralizan sus análisis en la producción de texto y/o insisten en la dualidad de “verdadero versus falso”, para proponer una comprensión de estos mismos procesos a partir del concepto de mediaciones (Martín-Barbero, 1997). Pretendemos también señalar que el entrelace entre la teoría de las mediaciones con el aporte teórico-metodológico de la etnografía puede ofrecer potencialidades para comprender la manera en la cual ocurre la mediación entre los medios sociales y la sociedad consumidora y diseminadora de (des) información.

**Palabras clave:** desinformación; mediaciones; etnografía; salud.

### **Abstract**

In contemporary times, we are living in a moment of disputes for the truth, in which science and objective facts end up in suspicion and emotion and knowledge obtained through experience take their place. In this context, the internet and social media constitute a space for the circulation of health information. The contemporary dispute for the truth destructs democratic institutions and overvalues narratives based on experiences, in beliefs and personal convictions rather than scientific method. Recognizing this scenario, this article intends to propose an understanding of disinformation processes by the concept of mediations (Martín-Barbero, 1997), instead of focus the analysis on the text production and/or insist on the duality of truth versus false, like the great part of the disinformation studies produced in Brazil. We also intend to point out that the relation between the theory of mediations and the theoretical-methodological approach of ethnography can offer potentialities to understand the way in which the mediation between social media and the consuming and disseminating society of (dis)information occurs.

**Keywords:** Disinformation; mediations; ethnography; health.

### **Resumo**

Na contemporaneidade, estamos vivenciando um momento de disputas pela verdade, em que a ciência e os fatos objetivos acabam sendo colocados em suspeição, sendo preteridos pela emoção e pelos conhecimentos obtidos através da experiência. A internet e as redes sociais digitais acabam se constituindo nesse contexto como espaço de circulação de informações sobre saúde. As disputas contemporâneas pela verdade abalam instituições democráticas e fazem sobrevaler narrativas baseadas em experiências, nas crenças e nas convicções pessoais do que no método científico. Reconhecendo esse cenário, este artigo pretende ir na contramão dos estudos sobre desinformação realizados no Bra-

sil, que focam suas análises na produção de texto e/ou insistem na dualidade “verdade versus falso”, para propor uma compreensão desses mesmos procesos a partir do conceito de mediações (Martín-Barbero, 1997). Pretendemos también apontar que o entrelaçamento da teoria das mediações com o aporte teórico-metodológico da etnografia pode oferecer potencialidades para entender a forma como ocorre a mediação entre as mídias sociais e a sociedade consumidora e disseminadora de (des)informação.

**Palavras-chave:** desinformação; mediações; etnografia; saúde.

Mucho antes del surgimiento de la pandemia del Covid-19, la desinformación científica sobre la salud ya aparecía como un problema para el mundo. En el 2019 la Organización Mundial de la Salud (OMS) menciona la renuencia a la vacunación como una entre las diez amenazas a la salud que el órgano debería combatir en los próximos 5 años. Además, declaró también que, entre otros factores, las dudas sobre las vacunas podrían estar relacionadas con la “complacencia” o la “inconveniencia” en el acceso a las vacunas y la falta de confianza en las informaciones recibidas por los individuos, algo que podría relacionarse con rumores, con las desinformaciones y con las llamadas *fake news* (OMS, 2019).

Campañas de vacunación para enfermedades como el sarampión y la poliomielitis ya enfrentan un descenso en sus tasas de inmunización en Brasil. En un reportaje publicado por la revista Pesquisa Fapesp en el 2018 se asocia esta disminución a la circulación de noticias falsas y a la acción de grupos contrarios a la vacunación. La socióloga y epidemióloga Carla Domingues que es excoordinadora del Programa Nacional de Inmunizaciones (PNI) del Ministerio de la Salud, explica que los encargados del asunto monitorizaron e intentaron ofrecer una respuesta ágil a la desinformación, aunque ellos todavía no creían que existieran grupos anti-inmunización tan estructurados en aquel entonces, como los ya registrados en Estados Unidos y en Europa, cuyos miembros no adhieren a la vacunación por fundamentarse en noticias imprecisas, no verdaderas o por argumentos de carácter religioso y hasta mismo filosófico (Zorzetto, 2018).

El Internet y, más específicamente, las redes sociales digitales han proporcionado un espacio para que grupos como los mencionados anteriormente tengan “voz”. Estos lugares pasan a constituirse como dimensiones de circulación y disputa por la verdad entre informaciones y prácticas discursivas provenientes de las instituciones democráticas y aquellas que provienen de las experiencias, de las creencias y de las convicciones personales. Siendo que estas últimas se involucran en un proceso de desconfianza en relación con los especialistas y las instituciones, principalmente cuando son oriundos del Estado. Tal proceso pone a la ciencia en una posición de encontrarse bajo sospecha, al ser anulada por la emoción y el conocimiento derivado de las experiencias personales o de terceros.

En la pandemia del Covid-19 el tema de la predilección por la emoción y la creencia personal se puso en evidencia. Con fundamentos en un populismo científico, el presi-

dente de Brasil, Jair Bolsonaro, exploró y resaltó la importancia de la experiencia en detrimento de los métodos científicos al propagar los supuestos beneficios terapéuticos de la hidroxiclороquina contra el nuevo coronavirus en sus redes sociales digitales. En sus perfiles, el político polemizaba las opiniones de los científicos, ponía en duda la temporalidad científica y utilizaba testimonios de médicos y pacientes para reafirmar que el medicamento tenía resultados positivos para el tratamiento de la enfermedad (Monari et al., 2020). Aunque las investigaciones concluyeran que la hidroxiclороquina no tenía efectos terapéuticos contra la enfermedad, pudiendo también empeorar el cuadro de los pacientes, Bolsonaro continuó promoviendo la sustancia llevando en consideración su propia experiencia y la de terceros (electores, médicos, etc.).

Siendo así, podemos decir que no es posible apenas buscar explicaciones sobre el tema de la desinformación a partir de la dualidad “verdadero contra falso”, una vez que el corazón del problema está en la creencia de los individuos y en el uso que ellos hacen de nuevas tecnologías. Lo que vemos en la investigación al respecto del tema en Brasil es algo bien diferente. Un ejercicio de revisión bibliográfica en la plataforma Scielo (*Scientific Electronic Library Online*) realizado en mayo del año 2022, llevando en consideración los términos “desinformación” AND “científica” or “salud”, mostró que gran parte de los artículos publicados en los últimos cinco años centraron sus análisis en la producción de texto. Considerando criterios de exclusión, que desconsideraban preprints, editoriales, comentarios de artículos y los textos que no estaban directamente relacionados con el tema, la investigación resultó en 23 artículos publicados entre el 2018 y el 2022 que trabajaban en su mayoría con análisis discursivos de los contenidos desinformativos, investigaciones documentales a partir de publicaciones en redes sociales digitales, además de datos que provienen del *fact-checking*. Es decir, los estudios que contemplan la manera en la que ocurre la mediación entre los medios de comunicación y la sociedad que consume y comparte la (des)información todavía son incipientes.

Este artículo se propone a traer un entendimiento de los procesos de desinformación científica sobre la salud a partir del concepto de Mediaciones (Martin-Barbero, 1997). Iremos en la dirección contraria de la mayoría de los estudios sobre el tema en Brasil, los cuales priorizan el texto, para así inclinarnos hacia la recepción, sin considerarla como apenas un momento o una etapa del proceso comunicativo. Deseamos, de la misma forma que Escosteguy (2009, p.2) “investigar la comunicación a partir de los actores sociales, involucrados en determinadas condiciones sociales concretas, sin perder de vista las tecnologías de comunicación que saturan la vida social contemporánea”. Y, para ello, creemos que la imbricación de la teoría de las mediaciones con la aportación teórico-metodológica de la etnografía puede ofrecer un potencial para la comprensión del fenómeno.

## Mediaciones, sistemas de confianza y regímenes contemporáneos de verdad

Se sabe que el debate sobre *fake-news* está generalmente asociado al proceso de crisis de confianza en las instituciones públicas, en la ciencia y en el periodismo, principalmente frente a la abundancia de grupos y prácticas sociales marcadas por la producción, circulación y consumo de informaciones más segmentadas (Marchi, 2012; Otto & Kohler, 2018). Sin embargo, es crucial pensar que este proceso también está fundamentado en un cambio en las relaciones entre el saber y el poder. Lo que vivimos es un cambio de régimen de verdad. Al hablar acerca de los cambios que ocurrieron en la modernidad, Anthony Giddens (1991) destaca el proceso de “desanclaje” en las relaciones sociales. A diferencia de las sociedades tradicionales, donde el contacto se producía cara a cara, en este nuevo contexto las relaciones se producen a distancia y con actores que a menudo ni siquiera conocemos. Así, el autor destaca una reconfiguración en la vida diaria, pautada en otra concepción de tiempo y espacio, cuyo funcionamiento se relaciona con la fuerte presencia de sistemas abstractos, tales como las señales simbólicas (como el dinero) y los sistemas expertos (como los sistemas de transporte, jurídico, bancario, biomédico, farmacéutico o epidemiológico).

Dicho esto, en la contemporaneidad, estamos pasando de un régimen de verdad fundamentado en la confianza en las instituciones para otro, regulado por dogmas, por la intimidad y la experiencia personal (Sacramento y Paiva, 2020). En estas circunstancias la experiencia ha legitimado el conocimiento acerca de la verdad. La autoridad experiencial enfatiza el carácter de testimonio: lo viví, lo sé. Produce así, en la primera persona (aquel que vio, vivió, sintió) de la experiencia y de la narrativa de un acontecimiento determinado el origen de la verdad o un documento que prueba que aquello que se cuenta realmente existió. La experiencia evoca una presencia participativa, un contacto sensible con el mundo a ser comprendido, una relación de afinidad emocional, una percepción concreta. La palabra también sugiere un conocimiento acumulativo que se profundiza a lo largo del tiempo. Lo que dice el giro subjetivo de la cultura contemporánea tiene que ver con el primer sentido de la experiencia: en la configuración de un sistema de producción enunciativa y también de creencia en la relación entre experiencia personal, narración y verdad (Sarlo, 2007).

La gente prefiere creer en quienes conocen, más que en las instituciones. Éste es un desafío enorme para la salud la cual debería abandonar el paradigma acusatorio de la “falta” – falta de información, conocimiento, de alfabetización mediática – y dirigirse hacia la comprensión de los porqués, para escuchar y para el cuerpo a cuerpo. ¿Por qué las personas no están, por ejemplo, vacunándose? El hecho de que ellas confíen más en lo que leen en el Internet y, generalmente, confíen más en quién comparte la información, con seguridad, es parte de esta respuesta.

No es contradictorio que la misma sociedad en la que hay un conjunto excesivo de informaciones sea aquella que cobra constantemente que seamos responsables de nuestra salud, que seamos especialistas en nosotros mismos. Estamos informados para ir al

médico, por ejemplo. Leemos en diferentes páginas de Internet y estamos seguros de lo que tenemos, de lo que debemos hacer, de cuáles remedios utilizar, el médico nada más necesita darnos su prescripción (Lupton, 2013).

El imperativo comunicacional contemporáneo impone que se esté conectado todo el tiempo, que uno esté en la red telefónica, en el Internet, en la media, así como en la red financiera y en la red estatal. Hay una expansión enorme de la “video ética de conexión continua” sobre la cual Jean Baudrillard (1990) ya hablaba. La gente se informa, busca, verifica informaciones *on-line*. Del punto de vista de la comunicación, las instituciones que componen la salud pública en Brasil deben estar listas para una actuación que esté más cerca de las redes sociales *on-line*, así como buscar cada vez más actos locales para promover información y educación, al estar dispuestas al diálogo y abriéndose a entrar en el contradictorio. ¿Eso acaba con los rumores? No. Pero vuelve las instituciones más democráticas y otorga a los usuarios del Sistema Único de Salud (SUS) otras posibilidades de información y formación.

Además de referirse a la retórica de la falta para explicar estos fenómenos, decir que es un rumor, un mito o una mentira es también una estrategia común. En vez de esa retórica, debemos estar cada vez más conscientes de que hay un exceso de informaciones, al mismo tiempo en el que crece la búsqueda por informaciones. Somos frecuentemente incitados a buscar informaciones sobre nosotros mismos: lo que Nikolas Rose (2013) clasificó como una característica de los sistemas de expertos en la biopolítica contemporánea – la expertise en el estilo de vida – ha sido articulada a una expertise en sí mismo. Somos incitados a protegernos de los riesgos que amenazan a nuestros cuerpos y a nuestras creencias cuando se disfrazan bajo el discurso de la promoción de la salud. Es obvio, por otro lado, que la información, la educación y la interpretación crítica son socialmente determinadas y establecen desigualdades, pero también integran el proceso de determinación social de la salud-enfermedad. Es necesario considerar estas dinámicas más allá de las elecciones individuales, tal como el modelo de promoción de la salud se configuró como dominante.

Sobre la relación entre verdad y poder, la legitimidad de determinados discursos (como verdaderos o falsos) resulta de las condiciones de producción del conocimiento y de las estrategias para la dominación en un contexto específico. En paralelo, existen redes de comunicación populares que presentan, en las relaciones personales y en los intercambios de informaciones, un conjunto de discursos que se legitiman a través de distintos grupos sociales, aunque no sean tomados como verdaderos por los agentes de la opinión pública, por las instituciones públicas ni por el periodismo de los grandes conglomerados mediáticos (Darnton, 2014). Siendo así, otro aspecto importante para nuestra reflexión son las transformaciones en los sistemas, en las formas de confianza de las instituciones y de los discursos, en los regímenes de producción de la verdad y la creencia en un contexto social marcado por los procesos de mediatización y por la valorización de la experiencia personal (Sacramento, 2018). En este punto, es crucial considerar las redes de comunicación que se establecen entre los segmentos más populares

de la sociedad en relación con la opinión pública instituida (Darnton, 2014), buscando identificar no solo el proceso de circulación de informaciones, como también las mediaciones socioculturales que impregnan la diseminación de discursos sobre la salud en la vida cotidiana. Para esto la perspectiva etnográfica aparece como fundamental, una vez que permite comprender los diferentes momentos de la práctica social.

La perspectiva inaugurada por Martín-Barbero (1997) trae otra propuesta para los estudiosos latinoamericanos y marca la diferencia entre la investigación de efectos, en la cual quien investiga trabaja con el vínculo de los impactos de los mensajes en determinadas audiencias, usando alguna conexión dada por la realidad, del estudio de las mediaciones. El autor estipula que la recepción/consumo sea un lugar epistemológico y metodológico donde el proceso de la comunicación debe ser representado, siendo que el análisis debe partir de las mediaciones y no del estudio de cada uno de los polos involucrados en el proceso.

Es una forma nueva de observar la recepción la cual se distingue del estudio de los efectos. Según él, pensar la comunicación desde los efectos, en la versión psicológico-behaviorista, o como mensaje/texto en la perspectiva semiótico-estructuralista, aleja los procesos de comunicación de sus aspectos socioculturales, los cuales los diferencian de una mera transmisión de informaciones. En este punto, es importante volver a colocar la problemática de la *mediación* – como cuestión de la ontología del ser social – que se refiere a la imposibilidad de que haya acceso inmediato al mundo. Nuestra relación con el mundo nunca es directa, pero es constituida por numerosas mediaciones (sociales, culturales, políticas, económicas, institucionales, situacionales, familiares, existenciales y así sucesivamente). Lo que Jesús Martín-Barbero (1997) denomina de *mediación* se aproxima mucho a aquello que denominamos de relaciones sociales y culturales. Las *mediaciones* son los lugares de dónde vienen las contradicciones que delimitan y configuran la materialidad de lo social y la expresividad cultural.

La idea es que la investigación de media se vuelva investigación de *mediación*. Como él mismo escribió: “necesitábamos perder el objeto [o sea, el medio] para encontrar el camino para el movimiento de lo social en comunicación, para la comunicación en proceso” (Martín-Barbero, 1997, p. 56). No hay formalmente una definición esquemática de *mediación* como tal, tal vez la mención más cercana que hay sea la de Walter Benjamin quién, según Martín-Barbero (1997, p. 56) sería un pionero al pensar históricamente en la relación de la mediación como una “transformación en las condiciones de la producción con cambios en el espacio de la cultura”, es decir, cambios en los modos sensoriales de percepción, de la experiencia social. En primer lugar *De los medios a las mediaciones* ayudó a posicionar y reposicionar la comunicación en un nivel filosófico no tanto en la ontología cuanto en la epistemología, bien como también en la filosofía, en la antropología y en la sociología, colocándola como forma de conocer la realidad, esto contribuye para una tarea teórica en la comunicación que puede parecer paradójica: por un lado, trata de media y mediación en masa, pero sobre todo de alguna manera des-centraliza la media en la comunicación, porque la pone en un plano más dinámico con el cotidiano

de los actores y sus procesos. Martín-Barbero hace de la comunicación un tipo de vocación intelectual cuyo objeto es lo social atravesado por lo comunicacional.

A pesar de concordar por principio con este aspecto en el debate sobre sus limitaciones conceptuales, Sodré identifica un problema en la noción de *mediación*. Pues ésta no alcanza una “mutación sociocultural centralizada en el funcionamiento actual de las tecnologías de la comunicación” (Sodré, 2014, p. 109). Al contrario de las mediaciones, la mediatización no cubre la totalidad del campo social, aunque acontezca en la “articulación hibridizante” de las múltiples instituciones sociales con las varias organizaciones de la media, es decir, con actividades regidas por estrictas finalidades tecnológicas y mercadológicas, además de culturalmente afinadas con una forma o código semiótico específico” (Sodré, 2002, p. 24). Es necesaria una reorientación epistemológica para poder considerar que las sociedades contempor neas pasan por cambios tecno-mercadológicos estructurales y producen una forma de vida: el *bios midiatico*.

La hipótesis teórica de Sodré (2002) se sustenta en la clasificación aristotélica de las tres formas de vida presentes en * tica a Nicómaco*. Tomando la mediatización como un nuevo modo de presencia del sujeto en el mundo, se observa la existencia de un *bios* específico. El *bios midiatico* (o virtual) adiciona al *bios theoretikos* (vida contemplativa), al *bios politikos* (vida política) y al *bios apolaustikos* (vida placentera) una reordenación social producida por las tecnologías de comunicación que, simulando el tiempo real y la interactividad, producen un espacio virtual. Así, los dispositivos tecnológicos en red (teléfonos celulares, laptops, tabletas, entre tantos otros) no apenas “cambiaron el panorama del consumo de media como crearon tecnologías propias de mediación” (Sodré, 2014, p.110).

De modo cada vez más intenso y profundo, los medios participan de las sociedades contempor neas como vectores de transformación de modos de socialización, formas de actuación política, procesos de subjetivación, producción de identidades y diferencias, sistemas simbólicos y experiencias de lo real, del espacio y del tiempo. El tejido social contemporáneo est  impregnado por lo tecnológico. La conducción de la vida cotidiana, los productos, recursos, imágenes, sonidos y espectáculos de la cultura de la media establecen discursos sobre salud, enfermedad, cuerpo, género, sexualidad, edad raza y clase, promoviendo la producción, la circulación de sentidos y representaciones sobre la alteridad, estetizando las más diferentes prácticas del cotidiano, modelando el mundo político, dominando el tiempo de ocio y, sobre todo, proporcionando el material con el cual la gente construye su identidad y subjetividad.

Cuando pasamos a la idea de mediatización, no obstante, nos vemos frente a la centralidad dada nuevamente a los medios, en una configuración bastante distante de la centralidad de los medios a la que las *mediaciones* de Martín-Barbero hacen frente. No se trata más o apenas de abandonar el mediacentrismo o “romper con la seguridad proporcionada por la reducción de la problemática de la comunicación a la de las tecnologías” (Martín-Barbero, 2003, p. 285). El desafío es de otro orden, el de pensar y comprender esta fase o estado de mediatización. El propio Martín-Barbero (2004, p.



229), al volverse hacia la demanda de trabajar las *mediaciones* comunicativas, justifica: “pues los medios pasan a construir un espacio-llave de condensación e intersección de la producción y del consumo cultural”.

Muniz Sodré cree que la perspectiva de las *mediaciones* no sería adecuada para reflejar a las sociedades marcadas por la mediatización. Para él, la *mediación* necesita bases materiales que se encarnan en instituciones o formas que regulan las relaciones en la sociedad, como la familia, la escuela, el sindicato, el partido, y así sucesivamente. Por otro lado, la mediatización es del orden de mediaciones socialmente realizadas en el sentido de la comunicación entendida como un proceso informacional arrastrado por “organizaciones empresariales y con énfasis en un tipo particular de interacción –al que podríamos denominar de tecnointeracción –, caracterizada por una especie de prótesis tecnológica y mercadológica de realidad sensible, denominada de medio” (Sodré, 2002, p. 21). Además de esto, para Sodré (2014, p. 108) los estudios de las mediaciones tienen como presupuestos “la separación entre la producción y el consumo de mensajes, lo que incita a la idea de una conciliación intermediaria”. Según él, tal separación desaparece con la mediatización:

No se trata aquí de la transmisión de acontecimientos por medio de comunicación (como si primero se diera el hecho social temporalizado y después el mediático transtemporal, de algún modo), ni es el trabajo de las mediaciones simbólicas sobre los medios (como se puede entender la expresión “el medio y sus mediaciones”), y sí un concepto que describe el funcionamiento articulado de las instituciones sociales tradicionales y de los individuos con los medios (Sodré, 2014, p. 108).

Sin embargo, el propio Martín-Barbero explica, en una entrevista, su necesidad de direccionarse más hacia el campo comunicacional, cuando migró de las mediaciones culturales de la comunicación para las mediaciones comunicativas de la cultura; como si acentuara la distinción entre matices culturales y mediaciones comunicativas:

Invierto mi primer mapa y propongo las ‘mediaciones comunicativas de la cultura’ que son: la tecnicidad y la ‘institucionalidad’ creciente de los medios como instituciones sociales y no apenas aparatos, instituciones de peso económico, político, cultural; la ‘socialidad’ – como el lazo social está transformándose para los jóvenes, como las relaciones entre padres e hijos, y entre parejas, están cambiando. [...] tenía que hacer un cambio que no era ir de las mediaciones a los medios, sino percibir que la comunicación se adensaba frente a la nueva tecnicidad, era la ‘institucionalidad’ de la tecnicidad. Se puede continuar hablando ‘de las mediaciones de los medios’ pero ‘mediación’ para mí siempre fue otra cosa que tiene mucha más relación con las dimensiones simbólicas de la construcción del colectivo. Preferí entonces hablar de mediaciones comunicativas de la cultura y cuando digo cultura no hablo apenas de sus productos, hablo de la sociedad, de la política. [...] El cambio fue éste: reconocer que la comunicación estaba mediando todos los lados de las formas de vida cultural y social de los pueblos. Por lo tanto, la mirada no se invertía en el sentido de ir de las mediaciones a los medios, sino de la cultura a la comunicación. Fue ahí que comencé a repensar la noción de la comunicación (Martín-Barbero, 2009, pp. 151-153).

Los medios pasan de meros intermediarios a la escena principal en la configuración de los sentidos del discurso y de la acción, en la fiscalización de los gobiernos y de las instituciones estatales, y en la facilitación del diálogo entre Estado y sociedad civil, aunque ocultando algunos intereses. Según él, frente a estas nuevas actuaciones, los medios se abren a la interlocución con organizaciones nacionales y locales, como las del tipo cívico o ecológico, además de promover otro tipo de relación con la audiencia, pasando de una cultura de masa a una cultura segmentada. Contrariando ciertas tendencias teóricas, los medios entendieron que la audiencia o los públicos no son entes ni indiferenciados, ni pasivos, sino que tienen una gran diversidad de gustos y modos de consumir. Esto obliga a que la investigación revise la óptica sobre la identificación inmediata de la cultura mediática, donde la comunicación es vista como un “movimiento que atraviesa y disloca a la cultura. Pues el lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para convertirse en estructural” (Martín-Barbero, 2004, p.225).

En una articulación interesante entre la perspectiva de las mediaciones y la mediatización, Gislene Silva (2012) entiende que el concepto re-formulado de *bios mediático* ofrece al mapa de las *mediaciones* de Martín-Barbero la condición necesaria para considerar también, dentro de las lógicas de producción, las competencias, las ritualidades y las sociabilidades:

*Bios mediático*, por la propia idea de ambiente (...) puede, como noción, ser operacionalizado de una manera más circular sin un antes o un después, ni un superior o subterráneo, sin estancar los ejes en sentidos direccionales ni en pares específicos. Permite el movimiento de todo esto desde cualquier punto en el que nos coloquemos para investigar el proceso comunicacional. Puede componer un terreno epistémico integral que, a pesar de las bienvenidas y las eventuales oscilaciones, nos ayude a hacer una investigación en el campo comunicacional, calmando la angustia continua de la fragmentación y del imperativo de las dualidades (Silva, 2012, p. 120).

Se toma como punto de partida el entendimiento de que vivimos en un mundo saturado por los medios o de la “ubicuidad invasiva de los medios” (Silverstone, 2005, p.191) en todos los niveles del proceso social. Esto supone reconocer y comprender “la fluidez con la cual los medios actúan en el dominio de la cultura” (Bird, 2010, p.3). Esta idea tiene profundas conexiones con la proposición teórica de las *mediaciones* de Martín-Barbero aunque ésta, gracias a las circunstancias históricas y teóricas de América latina, originalmente haya sido asociada apenas con la ampliación de nuestro entendimiento de los procesos de recepción y consumo.

En las palabras de Silverstone (2005, p. 189) que reconocen la comprensión de Martín-Barbero como cercana a la suya, los procesos de comunicación necesitan ser investigados “tanto institucional, cuanto tecnológicamente dirigidos y encajados”, por eso, la mediación “[...] requiere el entendimiento de *como* los procesos de comunicación alteran el ambiente social y cultural que les da apoyo, bien como la relación que los participantes, sean ellos individuales o institucionales, tienen con ese ambiente entre ellos”.

Las nuevas tecnologías, en especial el Internet, fueron responsables de la inauguración de otra dinámica, en la que las fronteras entre producción y recepción se difuminan, una vez que los usuarios son llamados a participar cada vez más de la esfera de la producción de contenido (Escosteguy, 2009). Más allá de las repercusiones relacionadas con las identidades de estos individuos, la concepción de *prosumers* (productores y consumidores de información) también trae reflejos para el proceso de circulación de (des) información y para el papel de las autoridades científica y periodística.

### **Potencialidades de la etnografía para la comprensión de la desinformación científica en la salud**

Realizar un estudio sobre la comunicación a partir de las mediaciones es volver la mirada de la investigación para las prácticas sociales mediatizadas que disuelven las interpretaciones fundamentadas en las respuestas de las audiencias y entienden a los medios como una parte compleja del tejido de la cultura (Bird, 2003). Siendo la cultura un concepto alrededor del cual surgió el estudio de la antropología y siendo la etnografía una de las prácticas de esta materia, defendemos el análisis antropológico como una forma de examinar la comunicación como una cuestión de cultura (Martín-Barbero, 2018).

DaMatta (1978) afirma que la antropología social es construida en una disciplina de conmutación y mediación, en la que se establece, necesariamente, un puente entre dos universos de significado. Siendo así, el objetivo de la etnografía es entender las prácticas sociales de los actores, con la finalidad de aprender aspectos de su cultura, es comprender los tejidos de significados en los cuales los actores están involucrados, tejidos que ellos mismos ayudaron a construir. El método propuesto por Geertz (1971) puede definirse de la siguiente manera: la antropología tiene el objetivo de entender los “porqués” por medio de la descripción del “cómo”, es decir, las formas y los caminos recorridos por los actores para llegar a una acción final determinada. Según el autor, la descripción etnográfica posee cuatro características: “ella es interpretativa”, pues interpreta el discurso e intenta “salvar lo dicho” de la posibilidad de desaparecimiento, y “incrustarlo en formas investigables” (1989, p.31) y, por último, es una descripción densa y microscópica, una vez que tiene como objetivo tomar nota de lo que es visto y dicho *in loco*, inclusive en ambientes digitales. Eso, vale la pena enfatizar, solo es posible debido al carácter público asumido por la cultura. La cultura es así construida por estructuras de significado que son socialmente establecidas, ella es un contexto en el cual los “acontecimientos, las instituciones, los procesos y los comportamientos” se presentan públicamente, y, por eso, pueden ser descritos de forma densa.

Considerando que en una cultura mitigada y saturada por los medios no es más posible “separar los efectos de un medio en particular (si es que eso fue viable en algún momento)” (Bird, 2003, p.93), la discusión sobre la desinformación no puede ser “rehén” de la investigación de textos producidos y circulados en apenas una o dos plataformas de medios sociales. Es necesario ir más allá y pensar la forma en la que estas tecnologías

se entrelazan en la vida cotidiana, como forman un ecosistema de información, cuales son los tipos de “cosas que las personas hacen con los medios” (Couldry, 2004, p.120) y como la misma es “incorporada en las prácticas comunicativas y culturales cotidianas” (Bird, 2003, p.90).

En un contexto en el que los hechos objetivos tienen menos peso para la formación de la opinión pública que en las creencias y los llamados emocionales (D’Ancona, 2018), la comprensión antropológica puede indicarnos caminos sobre cómo los medios estandarizan las visiones de mundo y de cómo se introducen en el cotidiano de las tomadas de decisión sobre la salud de los individuos, además de señalar cuales son los sentidos sobre la ciencia y la salud que están circulando en estos espacios virtuales.

Frente a esto, concordamos con la premisa de lo que ha sido llamado de *antropología digital* (Miller & Horst, 2012). El concepto de antropología digital, según los autores, puede ser utilizado para referirse a las consecuencias del surgimiento de tecnologías digitales para determinadas poblaciones, al uso de tales tecnologías dentro de la metodología antropológica o al estudio de tecnologías digitales específicas. Pero el tema también puede levantar preguntas más amplias acerca de la naturaleza propia de la antropología contemporánea. La antropología como disciplina comenzó con el estudio de sociedades de pequeña escala, consideradas tradicionales o “de costumbre” y, muchas veces erróneamente consideradas “atrasadas” y, por lo tanto, exóticas. En contraste, la mayoría de las personas consideraba el advenimiento de las tecnologías digitales como una especie de aceleración del mundo, un diluvio de lo nuevo, sin aliento e implacable. Así, una antropología encargada de comprender el mundo digital tal vez sea también el repudio final a la ilusión de que ya existían sociedades fuera de las trayectorias del cambio. Puede concedernos una disciplina más equilibrada o arredondeada que se preocupe igualmente con toda la gama de experiencias humanas.

Al mismo tiempo, en vez de ser apenas una herramienta en los debates sobre si las tecnologías digitales tienen consecuencias buenas o malas, la antropología retiene su perspectiva crítica. Es, por lo tanto, la disciplina que más probablemente situará a las nuevas tecnologías dentro de un contexto cultural y social mucho más amplio y, así, apreciará las contradicciones y las complejidades inherentes que emergen del estudio más amplio de sus usos y consecuencias. El trabajo etnográfico provee un sentido mucho más sutil de lo que la gente realmente cree. Esto ocurre parcialmente porque en otras disciplinas hay una dependencia de análisis fundamentados en datos disponibles públicamente, como el *Twitter*, mientras los etnógrafos tienen acceso a discusiones más privadas y muchas veces más profundas e íntimas, aunque no secretas. Por ejemplo, la etnografía consistía frecuentemente en investigar y describir un espacio y un tiempo delimitados, donde la salida del campo significaba el fin de las relaciones del antropólogo con sus interlocutores. Pero los medios sociales disiparon y tornaron más maleable la frontera del campo, ya no está tan demarcada la diferencia entre el “estar aquí” y el “estar allá” (Geertz, 1971).

Algunos investigadores del campo de la comunicación usan el término “netnografía”

para describir etnografías realizadas en internet. El neologismo fue creado por Robert Kozinets (2002) para identificar técnicas de investigación de marketing en comunidades en línea, apenas adoptadas de modo más amplio en la academia. Nosotros, por otro lado, estamos más alineados con la perspectiva adoptada por Campanella (2010), por considerar que el término “netnografía” desvirtúa la idea que está detrás del concepto que lo originó. Del griego *etno* (pueblo) y *grafía* (escrita), la etnografía enfatiza el acto de describir los aspectos de un pueblo o cultura. Ya su versión actualizada para los nuevos medios privilegia al medio y no a los actores que están interactuando. Implícitamente el Internet pasa a ser visto como una cultura independiente del ser humano que la creó y que en ella actúa si se mantiene el uso de la categoría “netnografía”. Vimos que Geertz (1971) dejaba explícita la forma de constituir la investigación etnográfica y las charlas que allí tomaban lugar. En otras palabras, él entiende que hay particularidades del lugar y que al realizar una “descripción densa” colocamos en perspectiva la normalidad, la vida como ella es y es en este punto que se da la importancia de los datos construidos durante el campo, sea en el ambiente digital o físico. Por eso, el uso de “netnografía” empobrece la perspectiva antropológica al focalizarse apenas en el lugar de la investigación, reduciendo las relaciones y las interacciones al lugar.

Daniel Miller y Heather Horst (2012) propusieron seis principios básicos como fundamento de la Antropología Digital. El primer principio es que la propia palabra digital y su significado, intensifica la naturaleza dialéctica de la cultura. El concepto digital será definido como todo aquello que, en último análisis, puede ser reducido al código binario, pero que produce una mayor proliferación de particularidad y diferencia. La dialéctica se refiere a la relación entre este crecimiento en universalidad y particularidad y las conexiones intrínsecas entre sus efectos positivos y negativos. Nuestro segundo principio sugiere que la humanidad no es ni un poco más mediada por la ascensión digital. En vez de esto, sugerimos que esta antropología digital progresará en la medida en que lo digital nos permite comprender y exponer la naturaleza encuadrada de la vida analógica o pre-digital como cultura, y falla cuando somos víctimas de un discurso más amplio y romantizado que presupone una mayor autenticidad o realidad a aquello que proviene de un momento pre-digital. El compromiso con el holismo como fundamento de las perspectivas antropológicas sobre la humanidad representa un tercer principio. Donde algunas disciplinas priorizan a los colectivos, mentes, individuos y otros fragmentos de la vida, el antropólogo se concentra en la vida como vivida y en toda la confusión de factores relevantes que vienen con esta perspectiva. Los enfoques antropológicos de la etnografía se concentran en el mundo construido dentro del cuadro de un proyecto etnográfico específico, pero también en el mundo que impacta y trasciende este cuadro. El cuarto principio reafirma la importancia del relativismo cultural y la naturaleza global de nuestro encuentro con lo digital, negando los presupuestos de que lo digital es necesariamente homogeneizador y también dando voz y visibilidad a aquellos que son relegados a las periferias por perspectivas modernistas o similares. El quinto principio corresponde a la ambigüedad esencial de la cultura digital en lo que se relaciona con su

creciente abertura y encerramiento los cuales emergen de cuestiones que van desde la política y la privacidad hasta la autenticidad de la ambivalencia.

El principio final reconoce la materialidad de los mundos digitales, los cuales no son ni más ni menos materiales que los mundos que los preceden. Las aproximaciones de la cultura material mostraron como la materialidad también es el mecanismo por detrás de nuestra observación final que también es nuestra justificación primaria para una aproximación antropológica. Esto corresponde a la notable capacidad de la humanidad para reimponer la normatividad en la misma velocidad en la que las tecnologías digitales crean las condiciones del cambio. Como muchos de los capítulos de este volumen van a demostrar lo digital, como toda la cultura material, es más que un substrato, está volviéndose parte constructiva de lo que nos hace humanos.

La antropología digital como subcampo se opone en general a todos los enfoques que implican que la digitalización nos ha hecho menos humanos, menos auténticos o más mediáticos. No somos apenas humanos en el mundo digital, lo digital también ofrece muchas oportunidades nuevas para que la antropología nos ayude a entender lo que significa ser humano en su pluralidad. Una aproximación de la antropología digital se desarrolló desde los estudios de la cultura material, los cuales se concentraban tanto en cómo las cosas hacen a la gente, cuanto en cómo la gente hace las cosas. Entendemos quienes somos en el espejo de un mundo material dentro del cual nacemos y nos socializamos. Pero este mundo nunca fue estático. Una forma en la que la propia cultura se vuelve más diversa y expansiva fue por medio de la explosión de productos materiales que asociamos a la cultura del consumo. Esto fue ahora más extendido por un dinamismo y una diversidad mayores, encontrados en las formas digitales. Por lo tanto, es importante recordar que, aunque el mundo digital pueda estar muchas veces en línea, no es inmaterial. Hay un lado material en el mundo de los 'bits', de los computadores, de los memes, las plataformas, la fotografía o el dinero digitales. Así, lo digital no es una abstracción sino la creación de una infinidad de formas y procesos bastante concretos, siempre encontrados en el contexto de su uso y en las consecuencias para alguna población en particular, lo que los sujeta a la diferenciación cultural.

El estudio de la antropología digital ya pasó por varias modificaciones. Una revisión anterior se concentró en el aprovechamiento de comunidades en línea (Wilson & Peterson, 2002), en cuanto una revisión posterior se concentró más en la aproximación etnográfica de los medios digitales (Coleman, 2010). Una colección editada más reciente (Horst & Miller, 2012) examinó la variedad de campos de estudio, desde la localización hasta la política y la vida doméstica, bien como las implicaciones para la teoría y la antropología en general. Es difícil separar esa secuencia de los desarrollos en la metodología, los cuales también surgen como respuestas a nuevas posibilidades creadas por las tecnologías digitales. Muchas fuentes nuevas de información están ahora en línea y los antropólogos pueden sustituir sus tradicionales cuadernos por dispositivos como grabaciones de voz, recorte y collage de fuentes digitales o hasta mismo de archivos compartidos (Sanjek & Tratner, 2015). Con estos nuevos mecanismos de registro y análisis

de informaciones, la etnografía digital necesita ser considerada al lado de la etnografía digital (Pink et al. 2016). Puede ser útil pensar en estos cambios como parte de debates metodológicos más amplios.

La expansión del Internet y de la telefonía móvil rompió las formas de “mensajes radiales” que predominaron en el siglo XX y fomentó variedades de comunicación punto a punto, de dos vías. Esto llevó a la proliferación de “micropúblicos” que no apenas intermedian las relaciones sociales, como también la producción y la circulación de artefactos mediáticos. En este nuevo modelo, la comunicación está vinculada a un pequeño número de centros de media e es marcada por una mayor diversidad, conteniendo en sí numerosos “micropúblicos” que, potencialmente, desmienten la centralidad, la autoridad de los medios de comunicación y la autoridad otrora hegemónicas.

Entiéndase que esta democratización y descentralización de las tecnologías de producción de medios también es lo que condiciona a las prácticas de noticias falsas, las cuales tantas veces imitan las normas de participación y la estética mediática de públicos específicos para repercutir. Y mientras las tecnologías digitales pueden fomentar públicos cada vez más heterogéneos con nuevos caminos para la participación popular, incluyendo tanto al activismo viral cuanto las noticias falsas, en otro nivel, como Shoshana Zuboff (2019) alerta, una consecuencia social de la expansión de los usos de la plataforma de comunicación digital es un aumento de formas fundamentalmente antidemocráticas de control social y la mercantilización masiva del comportamiento humano.

## Consideraciones finales

Quisimos, con este texto, trazar una fusión crítica de dos aportes teóricos-metodológicos que son la mediación y la etnografía, principalmente la producida en ambientes digitales para construir un lente que sea capaz de observar las particularidades y las transformaciones de usos de los medios y de la información una vez que todavía son escasas las aproximaciones que adoptan estas perspectivas que se centralizan en lo cotidiano, en las relaciones entre personas y objetos, las prácticas y las percepciones de lo que viene a constituir determinado fenómeno. En este caso, la mediación al lado de la etnografía se atiene a las interacciones desde el punto de vista de aquellos que vivieron determinada experiencia. Vale señalar que la antropología en ambientes digitales es tanto un estudio de lo que las personas se están volviendo, como de lo que las tecnologías se están volviendo. Además, la antropología nos permite entender sobre qué bases el ser humano se constituye como tal por medio de un ejercicio filosófico siempre presente, que es la relación entre la naturaleza y la cultura, pues podemos cuestionar dónde es que termina y comienza lo humano. La antropología también consigue encargarse del análisis de situaciones de conflicto, de formación de consensos, etc., posibilitando abarcar la complejidad y las contradicciones que son intrínsecas al análisis de un mundo empapado de tecnologías digitales.

La evaluación crítica de la etnografía digital emprendida aquí es tanto más impor-

tante cuanto la de otras disciplinas que han adoptado cada vez más la etnografía como medio de vincular el estudio de las nuevas tecnologías digitales a la calificación de sus consecuencias para las poblaciones. Hay algo de particular en las tecnologías de los medios contemporáneas y en la cultura digital que creo una ecología, por así decirlo, en la cual prácticas y discursos de noticias falsas, sobre todo de salud, pueden prosperar. La aplicación, sus *affordances* e históricos de uso, aliados al amplio acceso personal a *smartphones* e infraestructuras de comunicación móvil, crean las condiciones para los tipos particulares de comunicación con estéticas propias, normas de participación, temporalidades, trayectorias, dinámicas de circulación y etc. Sin embargo, una cosa que nos impresiona en este ejemplo es cuán descentralizadas estas redes de comunicación pueden ser. En ese caso, es candente que discutamos estrategias de democratización de los medios digitales y la producción de información y, para tal, las perspectivas trabajadas nos sirven de apoyo en este mismo sentido.

## Referencias bibliográficas

- Baudrillard, J. (1990). *La transparence du mal*. Paris: Galilée.
- Bird, S. E. (2003). *The audience in everyday life: living in a media world*. Nova York/Londres: Routledge.
- Bird, S. E. (Ed.). (2010). *The Anthropology of News & Journalism: Global Perspectives*. Bloomington: Indiana University Press.
- Campanella, B. (2012). *Os olhos do grande irmão: Uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Coleman, G. (2010). Ethnographic approaches to digital media. *Annual Review of Anthropology*, 39, 1-19.
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
- Da Matta, R. (1978). O ofício de etnólogo, ou como ter anthropological blues. *Boletim do Museu Nacional: Antropologia*, 27, 1-12.
- Darnton, R. (2014). *Poesia e polícia: redes de comunicação na Paris do século XVIII*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Dunker, M. (2018). *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. Barueri: Faro Editorial.
- Escosteguy, A. C. (2009). Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - E-Comphós*, 12(1), 1-15.
- Geertz, C. (1971). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC editora.
- Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan
- Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade*. 6. reimpr. São Paulo: Editora UNESP.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. Londres: Sage.
- Horst, H. & Miller, D. (Eds.). (2012). *Digital anthropology*. London: Bloomsbury.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39, 61-72.
- Lupton, D. (2013). The digitally engaged patient: self-monitoring and self-care in the digital health era. *Social Theory & Health*, 11(3), 256-70.
- Marchi, R. (2012). With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic “Objectivity.” *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246-262.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Martín-Barbero, J. (2003). Pistas para entre-ver meios e mediações. In: Martín-Barbero, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. (pp. 11-21). Rio de Janeiro: Editora UFRJ. p. 11-21.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola.
- Martín-Barbero, J. (2009). Uma aventura epistemológica (entrevista à Maria Immacolata Vassalo de Lopes). *Matrizes*, 2(2), 143-162. doi: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v2i2p143-162>.
- Martín-Barbero, J. (2018). Dos meios às mediações: 3 introduções. *Matrizes*, 12(1), 9-31.
- Miller, D. & Horst, H. (2012). The digital and the human: a prospectus for digital anthropology. In: Miller, D. & Horst, H. (Eds.). *Digital Anthropology*. (pp. 3-35). Oxford: Berg, 2012.



- Minayo, C. (2004). *O Desafio do Conhecimento - Pesquisa Qualitativa em Saúde*. São Paulo: Hucitec.
- Monari, A. C. P., Santos, A. & Sacramento, I. (2020). COVID-19 and (hydroxy)chloroquine: a dispute over scientific truth during Bolsonaro's weekly Facebook live streams. *Journal of Science Communication*, 19(7), A03, 2020.
- Organização Mundial da Saúde - OMS. (2019). *Dez ameaças à saúde que a OMS combaterá em 2019*. Washington: Autor. Recuperado de: <https://www.paho.org/pt/noticias/17-1-2019-dez-ameacas-saude-que-oms-combatera-em-2019>.
- Otto, K. & Köhler, A. (Eds.). (2018). *Trust in media and journalism: Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe*. New York: Springer.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., Tacchi, J. (Eds.). (2016). *Digital Ethnography*. London: Sage.
- Rose, N. (2013). *A política da própria vida: biomedicina, poder e subjetividade no século XXI*. Petrópolis: Vozes.
- Sacramento, I. (2018). A saúde numa sociedade de verdades. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 12(1). doi:<https://doi.org/10.29397/reciis.v12i1.1514>.
- Sacramento, I. & Paiva, R. (2020). Fake news, WhatsApp e vacinação contra febre amarela no Brasil. *Matrizes*, 14(1), 79-106.
- Sanjek, R. & Tratner, S. W. (Eds.). (2015). *Efieldnotes: the makings of anthropology in the digital field*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press.
- Sarlo, B. (2007). *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Silva, G. (2012). Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediações e midiaticização? In: Mattos, M. Â., Janoti Junior, J. & Jacks, N. (Orgs.). *Mediação e Midiaticização: livro da XX Compós*. Salvador: EDUFBA.
- Silverstone, R. (2002). *Por que estudar a mídia*. São Paulo: Loyola.
- Silverstone, R. (2005). The sociology of mediation and communication. In: Calhoun, C., Rojek, C. & Turner, B. (Eds.). *The international handbook of sociology* (pp. 188-207). Londres: Sage.
- Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: por uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes.
- Sodré, M. (2014). *A ciência do comum - Notas para o método comunicacional*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Zorzetto, R. (2018, agosto). As razões da queda na vacinação. *Revista Pesquisa Fapesp*. Recuperado de <https://revistapesquisa.fapesp.br/as-razoes-da-queda-na-vacinacao/>.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.
- Wilson, S. & Peterson, L. (2002). The anthropology of online communities. *Annual Review of Anthropology* 31, 449-67.