



DANIEL MILLER: “A ANTROPOLOGIA DIGITAL É O MELHOR CAMINHO PARA ENTENDER A SOCIEDADE MODERNA”

Entrevistadora: Monica Machado*

Das diferenças entre a *selfie* em Trinidad e na Inglaterra à importância da Antropologia contemporânea para pensar um mundo crescentemente mediado por tecnologias digitais, o antropólogo Daniel Miller, professor da Universidade College London (UCL), no Reino Unido, condensa suas ideias e explica seu trabalho nesta entrevista. Referência obrigatória para qualquer pesquisa ou pesquisador de cultura material e Antropologia do Consumo, Miller participa da ideia de que as sociedades podem ser mais bem compreendidas a partir da análise de seus aspectos materiais, suas materialidades. Mais recentemente, incluiu em suas preocupações e pesquisas nessa área os significados e práticas dos diversos grupos sociais sobre os meios de comunicação digitais, dedicando-se aos estudos em Antropologia Digital. O criador do conceito de *polymedia* coordena hoje um ambicioso projeto de pesquisa sobre as tecnologias digitais e seus significados culturais em vários países do mundo, de Trinidad e Singapura ao Brasil. Aliás, Miller tem interesse especial no Brasil, que já visitou em algumas ocasiões, a trabalho, e onde tem um público crescentemente estimulado por seus estudos. Já publicou 38 livros, sendo suas mais recentes publicações *Tales from Facebook* (2011), *Digital Anthropology* (editado com Heather Horst, 2012) e *Webcam* (em parceria com Jolynna Sinanan, 2013). No Brasil, contamos apenas, por enquanto, com dois de seus livros disponíveis em português: *Teoria das compras* (2002) e *Trecos, troços e coisas* (2012). Mas esse quadro deve mudar, e rápido. Em conversa com a pesquisadora Monica Machado, Miller reafirma seu interesse em estreitar os laços com colaboradores brasileiros. Promete também um ano de muito trabalho com o projeto *What they post* (O que eles postam) que inclui a confecção de filmes curtos, plataformas interativas, cursos e atividades *online*, tudo sobre os usos dos meios digitais em vários lugares do mundo.



Daniel Miller (Foto: divulgação)

O que levou você e Heather A. Horst a propor o conceito de Antropologia Digital como uma nova subdisciplina e quais são as principais características dessa perspectiva, comparada a outras abordagens teóricas sobre as tecnologias digitais no campo de ciências sociais?

Daniel Miller – Há dois elementos nessa questão. O primeiro é o que difere Antropologia Digital de outros estudos do digital e, o segundo, o que difere a Antropologia Digital de outros estudos na Antropologia. Eu, pessoalmente, fico um tanto ou quanto chocado do quão nossos estudos são diferentes da vasta maioria de outros estudos sobre a cultura digital. Recentemente li uma coletânea editada por uma das grandes instituições que se dedicam a estudos sobre a internet no Reino Unido, uma instituição que realmente respeito e considero academicamente séria e importante. Porém achei difícil fazer quaisquer anotações naquele livro que pudessem me ser úteis. A razão é que o livro consistia de muitas afirmações sobre “a internet” ou “o Twitter”, ou então questões sobre orçamentos ou dados

quantitativos. Mas toda vez que lia algo, ficava pensando: mas isso se mantém igual tanto para chineses quanto para brasileiros? Essa “internet” é a mesma para mulheres e homens, pessoas mais velhas e mais novas? Basicamente, quase toda afirmação do livro era uma generalização que eu não podia imaginar que fosse verdadeira. Esses estudos tendem a emular as pesquisas feitas pelas ciências naturais, como, por exemplo, em estudos da internet que procuram observar quantos amigos uma pessoa tem que ter numa rede social para ser considerada muito popular pelos outros. E, então, eles extrapolam disso para uma declaração geral sobre a amizade no Facebook. Mas eu sei que esse experimento daria um resultado diferente para qualquer outra população. Então, quase todos os estudos recorrentes sobre o uso de tecnologias digitais falham em mostrar o que nós sabemos sobre o uso da internet.

Por outro lado, há também diferenças entre nossos estudos em relação aos estudos antropológicos tradicionais. Uma das mais importantes é ideológica. Na Antropologia, frequentemente encontramos pesquisas onde há a romantização do “outro”, passando a vê-lo, assim como a suas sociedades, como mais autênticas, como comunidades, enquanto que há a caracterização de sociedades como aquela em que vivo como uma perda. Então o mundo *online* é visto como virtual, e o amigo do Facebook não é visto como um amigo de verdade. Para mim é muito importante que a Antropologia trate todas as sociedades como iguais. Para mim, Londres é tão autêntica quanto a Amazônia, e seus relacionamentos sociais tão significativos quanto. Fazer coisas *online* é parte e parcela do dia a dia. Nós não consideramos uma ligação telefônica como “virtual” só porque acontece por telefone. Em segundo lugar, os estudos tradicionais são frequentemente fixados em uma população particular e local. Mas quando estudei, por exemplo, a relação entre mães e filhos filipinos, uma das unidades de análise foram as conexões digitais transnacionais entre eles.

Porém esses são os pontos negativos. A força de nosso livro *Antropologia Digital* é que ele não duela com essas diferenças e sim se concentra em pensar adiante sobre elas, em como podemos teorizar esses novos ambientes digitais. Propomos seis perspectivas teóricas em nossa introdução para esse volume. Por exemplo, o jeito que o digital abrange tanto o particularismo quanto a universalidade da vida moderna; o modo com que definimos o digital usando o reducionismo do código binário; e como podemos refutar esta ideia de separação entre esses dois polos, mantendo nosso holismo metodológico.

Seu campo de estudo está cada vez mais voltado para os ambientes digitais. Quais são as maiores contribuições da pesquisa antropológica para entender a significação cultural desse comportamento e seus impactos individuais e sociais?

Daniel Miller – O sexto conceito de nossos quadros teóricos na introdução de *Antropologia Digital* ocupa-se da materialidade de ambientes digitais. Insistindo que o digital é material, e não imaterial, podemos ver continuidades com os estudos da cultura material, que eram o foco anterior de meu trabalho, e cujo resumo pode ser encontrado no livro recentemente traduzido e agora publicado no Brasil, *Trecos, troços e coisas* (Zahar, 2014). Dentro desses estudos de cultura material, exploramos as muitas formas pelas quais a Antropologia pode ser positivamente empregada para o estudo do nosso mundo contemporâneo, incluindo ideias teóricas como a objetificação, mas também contendo as qualidades de nossa tradição etnográfica, e equilibrando o trabalho teórico com o humanismo de relatos etnográficos, descritos de forma suficientemente clara para nos ajudar a ver como a tecnologia digital está integrada no dia a dia de pessoas comuns, com as quais nos relacionamos e temos empatia em nosso trabalho.

Agora voltemos aos três termos a que você se referiu em sua primeira pergunta e ao triângulo dentro do qual a Antropologia funciona: o relacionamento entre o individual e o social, e a contínua importância da norma cultural. Nossos estudos sugerem que as características tradicionais do trabalho antropológico mantêm sua importância no estudo do digital. Por exemplo, estudos sociológicos implicam que o uso da internet tem levado a uma abordagem da rede mais focada no ego, e, ao mesmo tempo, com forças de estado e superestado cada vez mais poderosas, que constituem a nova infraestrutura digital. Essas questões são encontradas na escrita de pessoas como Castells e Wellman. Mas, em nossos estudos, descobrimos que a comunicação digital frequentemente ainda tem base nas unidades dos estudos da Antropologia mais tradicional. Assim, em nosso estudo na Índia, mostramos que a casta é central na forma como a rede social é usada, enquanto nos estudos na Turquia ela é mais tribal e, em outros estudos, tem mais base na família. Todos esses estudos antropológicos ligam o individual ao social em vez de vê-los como duas categorias opostas na vida.

O mesmo ocorre com a questão do significado cultural dos comportamentos. As tradições antropológicas sugerem que essa vida cultural é considerada como normativa, querendo dizer que as pessoas julgam umas às outras o tempo inteiro, sobre se um comportamento é adequado ou inadequado socialmente. Levando as pessoas a prestarem atenção ao fato de que seu comportamento será julgado socialmente, mantemos nossas próprias especificidades culturais; assim, algo que pode ser totalmente aceitável para uma família brasileira pode ser inaceitável para uma família turca. Os novos meios digitais não fazem nada para atenuar essa ênfase na norma. Na verdade, em alguns aspectos acentua esse processo. Nesse sentido, algo que notamos é que, nas redes sociais, muito de nosso comportamento fica mais visível e registrável, e é mais fácil fazer comentários explícitos sobre isso. Então, antes de qualquer coisa, as pessoas estão mais atentas do que nunca a respeito de suas ações e se são aceitáveis ou não, podendo isso ser julgado pela família, casta e comunidade.

No momento, você está trabalhando com um grupo de pesquisadores em Antropologia Digital que está fazendo etnografias em países diferentes como Índia, China, Brasil, Turquia, Trinidad, Filipinas e Inglaterra. Você percebe diferenças expressivas no trabalho de campo de tais pesquisadores referindo-se ao uso das redes sociais e ao modo com que as pessoas se engajam nessas redes? E similaridades? Você pode dizer, nesse ponto de sua pesquisa, que há um “jeitinho brasileiro” de lidar com as redes sociais?

Daniel Miller – O argumento central do livro *Tales from Facebook* (Contos do Facebook) foi realmente demonstrar que não há uma coisa chamada “o” Facebook, assim como não há uma coisa como “a” internet. O Facebook tornou-se diferente em cada lugar que foi usado. Nesse livro, eu, na maior parte, usei histórias para demonstrar uma teoria. Mas, atualmente, estou finalizando com Jolyanna Sinanan um novo livro chamado *What they post* (O que eles postam). Enquanto *Tales from Facebook* não possuía nenhuma ilustração visual, esse livro

tem foco na apresentação direta da iconografia, do componente visual do Facebook, em geral fotos e memes. Então podemos comparar diretamente o que as pessoas de fato postam, de tópicos que variam de cachorros e gatos a religião e festas. Também fizemos contas sistemáticas sobre quantas fotos de diferentes tópicos são achados em uma amostra de 50 perfis de Facebook de cada site. Isso nos permite mostrar muito claramente que o Facebook é de fato extremamente diferente, em se tratando, por exemplo, de posts ingleses e posts trinitadianos. E essas diferenças chegam muito perto do que se poderia considerar uma etnografia tradicional. Assim, os *posts* em inglês se alinham ao meio termo discreto, e evitam os extremos tanto em assuntos sérios como religião e política quanto nos transgressores, como o sexual. Em contraste, o foco dos Trinitadianos é um pouco como o retrato de Jorge Amado em *Dona Flor e seus dois maridos*, com muitos posts relacionados à sexualidade e ao carnaval, e muitos que são relacionados à política e à religião, mas muito pouco no meio termo. Então, sim, pode-se dizer que há diversos “jeitinhos brasileiros”, que mostram que a Bahia é muito mais como Trinidad do que como os *posts* ingleses.

O conceito de *polymedia* é uma importante contribuição teórica para o estudo de comunicação e mídias sociais. Você poderia, por favor, explicar o significado desse conceito e em quais contextos pode ser aplicado?

Daniel Miller – Muitos dos meus estudos anteriores eram apenas sobre um novo meio, como o Facebook e a *webcam*. Mas cada vez mais eu percebi que isso falhava em se envolver com o núcleo abrangente da mídia digital moderna, o que nos traz de volta a nossas tradições holistas e estruturais. O uso e o significado de qualquer mídia tende a ser definido pelos contrastes e complementaridades com outras mídias. Então o Twitter torna-se classificado como informacional e associado com homens, enquanto o Instagram torna-se dominado por questões de visual e estilo, mais associadas com mulheres. O Snapchat é transitório, em oposição ao uso de longo termo do Facebook.

A chave para se pensar isso são as mudanças nas sociedades mais influentes. Antes, a razão das pessoas usarem essa ou outra mídia poderia ser traduzida por questões tais como custo ou acesso. Mas com pacotes de internet e *smartphone*, o custo foi relegado à infraestrutura. Assim, a decisão de qual mídia usar, se uma mensagem do Facebook, uma chamada pela *webcam*, um e-mail ou uma chamada de voz agora representa uma razão pessoal, algo que deve ser pensado e decidido. Então a escolha de mídia tornou-se parte da interação social em si mesma. Por conseguinte, isso implica uma ressocialização da própria mídia, já que agora a escolha da mídia é vista como uma ação social e moral. Eu acho que isso é verdade em todo lugar onde o custo é relegado à infraestrutura. No presente, isso não é verdade para a classe trabalhadora do Brasil, mas é para a classe média.

Em *Tales from Facebook*, você argumenta que o desempenho dos habitantes de Trinidad na mídia social revela muitos dos aspectos do seu contexto social e cultural. Em que medida, em seu ponto de vista, o uso da tecnologia digital contribuiu para as tensões entre culturas global e local?

Daniel Miller – Deixe-me responder isso com apenas um exemplo fundamental. Eu acho que, de todos os novos gêneros digitais, o que as pessoas mais consideram como sinal de globalização instantânea talvez seja a *selfie*. Porque a *selfie* parece, a princípio, ser um exemplo extremamente claro de homogeneização global rápida. Em pouco espaço de tempo seguindo a expansão do *smartphone*, a *selfie* transformou-se numa imagem instantaneamente reconhecida pelo mundo. Eu não vejo razão para contrariar isso, no nível de que um objeto genérico chamado *selfie* mostra como quase instantaneamente um novo gênero pode ser global. Mas a Antropologia deve também sempre notar que o mesmo fenômeno geralmente fala ao outro lado dessa equação. Voltando ao contraste entre a Inglaterra e Trinidad. A *selfie* mostra-se extremamente diferente em ambos os contextos. Por exemplo, a maior parte das *selfies* em nosso site britânico é de grupos de pessoas, enquanto em Trinidad são individuais. Em nossa amostra sistemática, 557 das amostras de Trinidad são individuais, enquanto apenas 138 das amostras inglesas apresentam o mesmo formato. Em contrapartida, 474 das amostras inglesas são de várias pessoas juntas, enquanto o mesmo acontece apenas com 116 das amostras de Trinidad. Na verdade, gêneros inteiros de *selfie*, como as *selfie-sem-maquagem* e *selfie-falsa-lésbica*, são importantes na Inglaterra, mas inexistentes em Trinidad. Então não é realmente uma questão de mais global ou mais local, mas, como observei acima, nosso ponto teórico sobre tecnologias digitais é de que elas simultaneamente ampliam a possibilidade não só da universalidade como da particularidade.

UCL Home Prospective students Current students Staff

GLOBAL SOCIAL MEDIA IMPACT STUDY


UCL Home Global Social Media Impact Study

Global Social Media Impact Study

- Home
- Aim and Objectives
- Events
- Fieldsites
- Research Team
- Timeline
- Blog
- Funding
- Contact Us



EVENTS


Panel: Social Media and Inequality

A special panel exploring the relationship between the everyday use of social media and the concept of inequality at the ASA Conference. [More...](#)

Starts: Apr 15, 2015 9:15:00 AM

Panel: Global social media – 9 ethnographic studies

The Global Social Media Impact Study team present their research at the Anthropology in London conference. [More...](#)

Starts: Jun 15, 2015 9:30:00 AM

[View all articles](#)

Global Social Media Impact Study


High aims...
A research project dedicated to understanding the implications of social media for humankind. [Read more](#)

The **Global Social Media Impact Study** based at the **UCL Department of Anthropology** is dedicated to understanding the implications of social networking sites for global humankind and society, and explaining their significance for the future of the social sciences.

[Our research objectives](#)

About the Global Social Media Impact Study


We aim to make the findings of our research as relevant and accessible to the public as it will be to academics and researchers.

- [Research objectives](#)
- [Our research team](#)
- [About our fieldsites](#)

Anthropology of Social Networking directory


An open resource listing anthropological projects focussing on social networking from around the world.

- [Visit the directory](#)
- [Add your project](#)



European Research Council
Established by the European Commission
Supporting top researchers from anywhere in the world




PROJECT BLOG

What would happen if Facebook disappears tomorrow?

This quite obvious question kept coming up during my fieldwork in southeast Italy for different reasons. First, the transitory nature of Internet-based platforms and services is a big challenge for anthropologists; so we had to adapt our research methods and dissemination strategy to respond to this. Secondly, people in Grano themselves put this question in different [...] [Read more...](#)

LATEST TWEET

Looking forward to meet you in our panel @theasainfo 2015, Exeter, UK, called 'Social media and inequality' @ 15th April 09:15...

[UCL SocNet on Twitter](#)

Página do grupo Global Social Media Impact Study no site da UCL

Por fim, você poderia nos dizer algo sobre seus novos projetos de pesquisa?

Daniel Miller – Temos planos bem ambiciosos para nossa pesquisa atual em Mídia Social. Graças ao financiamento do Conselho Europeu de Pesquisa, tivemos financiamento para oito etnografias simultâneas, enquanto a Pontificia Universidad Catolica de Chile adicionou uma nona. Todas as pesquisas durarão 15 meses. Percebemos que o tema “Rede social” é potencialmente de grande interesse popular e poderia desempenhar um papel importante também em popularizar a disciplina de Antropologia social. Já estamos coordenando um blog no <http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/> que tem vários seguidores e até, num determinado caso, tornou-se parte das notícias internacionais (em uma matéria sobre como os jovens não estão usando mais o Facebook).

Então queremos tentar criar um novo exemplo de Antropologia popular. Vemos isso como um site de três camadas, ou níveis. A camada de baixo é constituída de onze livros que já estamos escrevendo e que mostra nossos achados de pesquisa. A camada do meio será um curso universitário *online*. Pretendemos que tudo isso tenha acesso aberto e *online*, com avaliação grátis para todos. A camada de cima será aquela dirigida a um público maior, incluindo mais de cem curta-metragens que já fizemos, e um resumo de muitas das percepções e achados de nossos estudos que esperamos apresentar de forma infográfica e em animação, se conseguirmos arrecadar dinheiro. Haverá também outras formas dirigidas ao público em geral e possivelmente interativas. A intenção é que todo o material dessa camada seja traduzido para todas as línguas de nosso projeto, incluindo português, para o público brasileiro. Na verdade, estamos procurando por pessoas interessadas em nos ajudar com essas traduções e visualizações. Esperamos que tudo esteja preparado para ser ativado em um novo site chamado “Why they post” (Por que eles postam) em janeiro de 2016.

Sua primeiríssima pergunta foi sobre o que faz a Antropologia Digital diferente. Mas meu ponto central é que ela não só é diferente como também importante. Que ela é um caminho melhor do que os outros para entender a sociedade moderna. E se esse é o caso, e se isso é uma demonstração da força e significância da Antropologia por si só, então nós queremos proclamar isso alto o suficiente pelo mundo inteiro, tanto para a audiência não acadêmica quanto para a acadêmica. Sentimos que não há razão que impeça a Antropologia de ser vista como instrumento chave em nossa autoeducação. Isso é o que esperamos realizar com nosso site. Mas há muito trabalho que precisará ser feito ao longo do ano para poder corresponder a tais expectativas.

* **Monica Machado** é professora da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e pós-doutoranda em Antropologia Digital na University College London (UCL).