



communicare

Revista do Centro Interdisciplinar de Pesquisa — Faculdade Cásper Líbero

FACULDADE
CÁSPER LÍBERO

ISSN 1676-3475

Volume 18 — Edição 2 — 2º Semestre de 2018



communicare



FACULDADE
CASPER LIBERO

Volume 18 - Edição 2
2º Semestre de 2018
ISSN 1676-3475

www.casperlibero.edu.br/centro-de-pesquisa

Fundação Cásper Líbero
Faculdade Cásper Líbero

Presidente da Fundação Cásper Líbero: Paulo Camarda
Superintendente Geral: Sérgio Felipe dos Santos

Diretor da Faculdade: Carlos Roberto da Costa

Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP)

Coordenador Geral do CIP: Eric de Carvalho

Monitoria do CIP: Carla Cristina dos Santos, Bianca Mathias Barbosa e Gustavo Ruban Barberini

Revista Comunicare

Editores: Eric de Carvalho

Editor de Arte e Fotografia: Larissa Basilio

Conselho Consultivo: Adriano Duarte Rodrigues (Universidade Nova de Lisboa), Alessandra Meleiro (UFF e CEBRAP), Alfredo Dias D'Almeida (FAPSP), Ana Maria Camargo Figueiredo (PUC-SP), Beatriz Dornelles (PUC-RS), Claudia Braga (UFSJ/UNICAMP), Cláudio Novaes (FCL), Cristiano Ferraz (UFPE), Eneus Trindade (USP), Ernani Ferraz (PUC-Rio), Fabio Caim (FCL), Gilberto Maringoni (UFABC), Ivone Lourdes de Oliveira (PUC-MG), Joana Puntel (Sepac), João Alegria (PUC-Rio), Henrique Carneiro (USP), Lucilene Cury (USP), Luiz Carlos Assis Iasbeck (UPIS-DF e UCB-DF), Magda Rodrigues da Cunha (PUC-RS), Manuel Dutra (UFPA), Marcus Bastos (PUC-SP), Maria Aparecida Baccega (USP e ESPM), Maria Helena Weber (UFGRS), Mauro de Souza Ventura (UNESP), Monica Mata Machado de Castro (UFMG), Monica Rebecca Nunes (FAAP), Rodrigo Fonseca Fernandes (PUC-SP), Roseli Fígaro (USP), Sueli Galego de Carvalho (MACK), Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires (PUC-MG), Umberto de Andrade (UNIFESP), Walter Lima (UMESP) e Wilson da Costa Bueno (UMESP).

Participaram como pareceristas nesta edição: Alexander Maximilian Hilsenbeck Filho (FCL), Else Lemos (FCL), Helena Jacob (FCL), Marcio Rodrigo Ribeiro (FCL) e Rafael Grohmann (FCL)

Revisão: Mei Hua Soares e Carla Cristina dos Santos

Projeto gráfico: André Valente

Arte e editoração: Henrique Artuni, Larissa Basilio e Luana Jimenez

Capa: Ricardo Ferrer

Faculdade Cásper Líbero

Av. Paulista, 900 – 6º Andar – São Paulo – SP – CEP: 01310-940

Telefone: (11) 3170-5878 – Email: cip@casperlibero.edu.br / communicare@casperlibero.edu.br

Communicare: revista de pesquisa / Centro Interdisciplinar de Pesquisa,
Faculdade Cásper Líbero –
v. 18, nº 2 (2018). – São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2018.

Semestral
ISSN 1676-3475

1. Comunicação social periódicos I. Centro Interdisciplinar de Pesquisa da
Faculdade Cásper Líbero.

CDD 302.2



Você pode copiar, adaptar e distribuir
os conteúdos desta revista, desde que
atribua créditos

Sumário

7	Editorial <i>Eric de Carvalho</i>		
12	Entrevista <hr/> As histórias da Gente de Taipu <i>Carlos Costa e Thiago Bio Bemfica Mattos</i>		
	Artigos <hr/>		
30	Netflix: o serviço que mudou a forma de produzir e consumir entretenimento audiovisual <i>Dirceu Lemos da Silva</i>		
46	A distinção social pela alimentação: um estudo sobre o fetiche do produto saudável no jornalismo de TV e no cotidiano do público <i>Jeferson Bertolini</i>		
60	De elos bem fechados: o pragmatismo e a semiótica peirceana como fundamentos para a tecnologia blockchain utilizada no combate às fake news <i>Anderson Vinicius Romanini e Márcia Pinheiro Ohlson</i>		
74	Narrativas do jornal O Globo sobre as FARC na Colômbia: das conversações de paz à desmobilização da guerrilha <i>Antonio Sebastião Silva, Carolina da Silva Costa e Matheus Moreira Pacheco</i>		
		Identificação e análise de riscos corporativos de imagem em aproveitamentos hidrelétricos brasileiros <i>Sergio J. Andreucci Jr. e Fábio Lotti Oliva</i>	90
		Comunicação e Sociedade do Espetáculo - a gênese de um campo científico <i>Mara Rovida</i>	108
		Sentidos e saturações da memória no digital: observações sobre a apreensão das informações a partir do "Efeito Google" <i>Diogo Andrade Bornhausen</i>	124
		Conversações políticas sobre migração no site Cubadebate: uma abordagem pragmatista a partir dos aportes de John Dewey <i>Elisa Beatriz Ramírez Hernández e Ângela Cristina Salgueiro Marques</i>	136
		Normas para publicação	152



Editorial

Editorial

Eric de Carvalho

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo
 Coordenador do Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero
 E-mail: ecarvalho@casperlibero.edu.br

Persistir, resistir, existir

A revista *Communicare* chega à sua 36ª edição em 18 anos de atividade, dando voz a pesquisas sobre os mais diversos temas relacionados à área da comunicação: representações midiáticas, estudos de mercado, educação, política, cultura. Incentiva a pesquisa em um país que dedica cada vez menos recursos a essa atividade, que corta verba outrora destinada à educação, que cogita extinguir o Ministério da Cultura. Ainda assim, persistimos!

Pois comunicação compreende informação e harmonia. Informação que permite o exercício pleno da cidadania; o obscurantismo leva à insegurança e paranoia, medo do desconhecido. Harmonia estabelecida entre o eu e um outro, a diversidade cultural que enriquece repertório, amplia horizontes, elimina preconceitos. Em um país onde aumenta o burburinho da maledicência, da crítica ao diferente, da exclusão social, da calúnia e difamação, do menosprezo ao outro e pregação do darwinismo social. Ainda assim, resistimos!

Em um país no qual livrarias encerram suas atividades (Fnac, Cultura, Saraiva, para que seus nomes não sejam esquecidos), jornais perdem leitores, editoras descontinuam revistas e demitem jornalistas e a mídia mais acreditada para fins de informação é o *WhatsApp* e seu uso para marketing de manada, estimulando a difusão de *fake news* e contra-informação. País no qual postulantes a representantes do povo em cargos executivos deixam de fazer propostas de governo para gerar boatos que danifiquem a reputação de seus concorrentes, tendo em vista a eliminação simbólica do outro como mais importante que um plano de construção coletiva de futuro. Por isso, frente ao desaparecimento de mídias confiáveis, existimos!

Nesse cenário de vozes críticas abafadas, gritos raivosos em direção ao outro, pregação da mentira e intolerância, a *Communicare* persiste, resiste e existe, trazendo informação e reflexão àqueles que insistem em resistir à ignorância.

Assim, essa edição se inicia com uma **entrevista com Carlos Francisco Bandeira Lins**, autor do livro *Gente de Taipu*, que trata das diversas gerações da família Lins Cavalcanti de Albuquerque, indo buscar suas origens na luta ibérica contra a dominação dos mouros – e sobretudo da formação do nordeste do Brasil, da criação da capitania da Paraíba pelo rei Dom Sebastião e da colonização holandesa sob Maurício de Nassau. A entrevista foi conduzida por Carlos Roberto da Costa e Thiago Bio Bemfica Mattos.

Na sequência, Dirceu Lemos analisa o “**Netflix: o serviço que mudou a forma de produzir e consumir entretenimento audiovisual**”, contando a trajetória de crescimento da plataforma e sua relação com o mercado e concorrentes, afetando o hábito de consumo cultural de mídias audiovisuais.

Em **“A distinção social pela alimentação: um estudo sobre o fetiche do produto saudável no jornalismo de TV e no cotidiano do público”**, Jeferson Bertolini apresenta resultados de pesquisa sobre o fetiche acerca dos alimentos saudáveis e de outros produtos apresentados na TV brasileira como promotores de saúde e bem estar. As representações desses alimentos como fetiche da mercadoria analisado por meio de análise de conteúdo de programas de TV e observação participante em supermercados e academias de ginástica.

Vinicius Romanini e Márcia Pinheiro Ohlson analisam a tecnologia blockchain, criada e utilizada para validar as transações com moedas digitais como uma aliada no combate às *fake news* que assolam as redes sociais e ameaçam as sociedades democráticas. **“De elos bem fechados: o pragmatismo e a semiótica peirceana como fundamentos para a tecnologia blockchain utilizada no combate às fake news”** argumenta como, por meio de uma forma descentralizada e comunitária de produção e validação de registros compartilhados em tempo real pela internet, a tecnologia permitiria a produção de notícias que têm um valor de verdade asseverado pela própria comunidade dos usuários da rede. Tecnologia à serviço da verdade.

“Narrativas do jornal O Globo sobre as Farc na Colômbia: das conversações de paz à desmobilização da guerrilha” verifica a estratégia utilizada pelo jornal para a representação da realidade política e social da América Latina, em três narrativas publicadas durante o período entre setembro de 2015 e novembro de 2016, sobre as Farc na Colômbia, as conversações de paz e a desmobilização da guerrilha, por meio do método da narratologia, apresentada no livro *“Análise crítica das narrativas”* de Luiz Gonzaga Motta (2013).

Mudando o foco de narrativas jornalísticas para narrativas corporativas, **“Identificação e análise de riscos corporativos de imagem em aproveitamentos hidrelétricos brasileiros”**, de Sergio Andreucci e Fabio Lotti Oliva, analisa o fluxo e os resultados do processo de gestão de riscos de imagem de hidrelétricas no Brasil, desde a identificação das suas vulnerabilidades, até a implantação do plano de contingenciamento de crises, oriundas de riscos residuais, que tornam incerto o alcance de objetivos organizacionais das empresas e investidores do setor.

O Grupo de Pesquisa do CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo, criado em 2006, se tornou um espaço de reflexão coletiva sobre comunicação, política e cultura. A base teórica que orienta o grupo é o pensamento de Guy Debord. Para compreender como se estrutura esse espaço de produção científica, Mara Rovida realizou um mapeamento a partir das publicações de 2006 a 2016, busca identificar as metodologias, objetos de pesquisa, referências e resultados obtidos pelo grupo. **“Comunicação e sociedade do espetáculo – a gênese de**

um campo” é o artigo que apresenta o levantamento científico dessa leitura sistematizada que subsidia uma análise baseada na ideia de formação de campos sociais de Bourdieu.

Diogo Bornhausen investiga as dinâmicas comunicativas e culturais geradas pelas experiências promovidas pela memória no digital. **“Sentidos e saturações da memória no digital: observações sobre a apreensão das informações a partir do “Efeito Google”** busca compreender o papel exercido por essa memória, tanto em suas representações culturais como na maneira como as informações são mediadas pelo sistema e no modo como os usuários se relacionam com essa oferta.

Finalmente, Ângela Marques e Elisa Ramirez Hernandez apresentam uma discussão em torno dos conceitos de *experiência* e *público* que embasam a obra do pragmatista americano John Dewey, propondo uma breve análise de conversações políticas online sobre migração no site governista *Cubadebate*, ocorridas em janeiro de 2017, em um contexto de reaproximação diplomática entre Cuba e os Estados Unidos. O artigo **“Conversações políticas sobre migração no site Cubadebate: uma abordagem pragmatista a partir dos aportes de John Dewey”** tem como objetivo mostrar como emerge nessas interações uma voz coletiva que se coloca como sujeito de fala principal no fórum de comentários dos participantes, a partir de reflexões sobre a Cuba atual.

Assim, discutindo jornalismo, tecnologia, política, mercado, após quase duas décadas de existência, a *Communicare* persiste, resiste, existe como mídia que reafirma seu compromisso com a informação, o conhecimento, a pesquisa acadêmica, a ciência, a opinião crítica e, principalmente, o diálogo construtivo com o outro, pois, após 4 anos nos quais as pessoas se apropriam de suas redes sociais para discutir e agredir ao seu próximo, desrespeitando suas opiniões e posicionamentos e espalhando uma cultura do ódio e intolerância, percebemos que precisamos não apenas persistir, resistir e mesmo reafirmar nossa existência como formadora de opinião crítica, mas também, principalmente, aprendermos a coexistir. Pois sem a coexistência não haverá civilização para criticarmos.

Boa leitura, boa reflexão e resista, logo, exista!

Eric de Carvalho
 Editor da *Communicare*
 Coordenador do Centro Interdisciplinar de Pesquisa
 Faculdade Cásper Líbero



Entrevista

As histórias da Gente de Taipu

Entrevista com Carlos Francisco Bandeira Lins

Carlos Costa

Mestre e doutor pela ECA-USP, tem pós-doutorado em Letras Clássicas e Vernáculas pela FFLCH da USP. Formado em jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero, é atualmente professor dessa escola.

Thiago Bio Bemfica Mattos

Aluno da graduação em Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero e monitor no Núcleo Editorial, repórter e editor da revista Esquinas.

O presidente do conselho curador da Fundação Cásper Líbero resgata um gênero literário desaparecido após a Revolução Francesa de 1789 e constrói um monumental relato genealógico das terras de Pernambuco e Paraíba.

Esta conversa com o autor do livro *Gente de Taipu* (que resgata uma tradição de literatura ge-nealógica, desaparecida depois da Revolução Francesa de 1789) trata das diversas gerações da família Lins Cavalcanti de Albuquerque, indo buscar suas origens na luta ibérica contra a domi-nação dos mouros – e sobretudo da formação do nordeste do Brasil, da criação da capitania da Paraíba pelo rei Dom Sebastião e da colonização holandesa sob Maurício de Nassau.



Nascido em São Paulo, mas membro de um grupo familiar de expressão entre Pernambuco e a Paraíba, o promotor Carlos Francisco Bezerra da Rocha Bandeira Lins ingressou no Ministério Público de São Paulo em 1970, num concurso que marcou época: foram aprovados apenas 19 candidatos. Empossado em 3 de novembro de 1970, assumiu como promotor substituto (primeira etapa da carreira), na Circunscrição de Franca – que na época abrangia os municípios de Pedregulho, Patrocínio Paulista, Nuporanga, Batatais e Altinópolis. Nos meses de férias, percorria algumas dessas cidades, cobrindo a folga dos titulares. Tomou posse como efetivo da comarca de São Luís do Paraitinga, sua primeira entrância, indo depois para Aparecida, no Vale do Paraíba. Dali foi convocado a desempenhar suas funções na promotoria cível de Santo André, de onde foi promovido para Cubatão, ficando pouco tempo na cidade, convocado de volta para Santo André. A seguir, veio para a capital, atuando em diversos fóruns, fixando-se no de massas falidas, depois nas varas de ausentes e incapazes (designações da época). Em 1981 foi para a promotoria de fundações, ficando até 1998, num trabalho com diferentes fundações, ligadas às artes, ao ensino, a hospitais. Prote-lou a aposentadoria até 2001. “Mas continuo atuante como membro do conselho de diversas fundações, como a da Bienal de São Paulo, e a da Fundação Cásper Líbero. Essa atuação exigia conhecimento mais amplo do que apenas os códigos de processos judiciais, que quase sempre são demasiadamente demorados. Na Curadoria de Fundações, em uma conversa podia beneficiar mais rapidamente um grupo maior de cidadãos”, conta ele.



Os dois volumes de *Gente de Taipu: os Lins Cavalcanti de Albuquerque, desde remotos ancestrais medievais até a morte de José Lins do Rego* (fotos acima) têm numeração contínua. O volume 1 termina na página 534 e o segundo começa com a página 535. Foi editado em 2017 pela Mídia Gráfica e Editora de João Pessoa.

A guilhotina que decepou o pescoço do rei Luís XVI na manhã de 23 de janeiro de 1793 também pôs fim a uma antiga tradição dos livros de linhagem ou de genealogias. Não era democrático cultivar esse gênero, que aos poucos desapareceu, cedendo lugar a movimentos como o da “história mínima” ou a história das pessoas comuns e seu cotidiano, cujo auge ocorreu com a Escola dos Anais, criada por Lucien Febvre, e seguida por Braudel e Jacques Le Goff.

O livro *Gente de Taipu: os Lins Cavalcanti de Albuquerque, desde remotos ancestrais medievais até a morte de José Lins do Rego*, do promotor Carlos Francisco Bandeira Lins, retoma em grande estilo o gênero colocado em cheque pela Revolução Francesa (1789-1799). Publicado pela Mídia Gráfica e Editora, em dois volumes, soma 1094 páginas de uma leitura insuspeitavelmente saborosa. Isso se deve ao fato de Carlos Francisco Bandeira Lins ter bebido nas fontes do livro de linhagens de tradição ibérica.

Segundo o especialista português José D’Assunção Barros, o gênero genealógico tem suas fontes nos manuscritos medievais – e o auge foi o período entre os séculos XI e XIV, e apresentavam grande importância social. Marcava a distinção da aristocracia daquele período.

Ao contrário das genealogias de quase todos os países europeus, a que se desenvolveu marcadamente em Portugal, mas também em Espanha, teve a peculiaridade de não ser apenas uma enumeração de nomes de famílias e de casa-

mentos entre elas. Os ibéricos utilizavam as listas para inserir crônicas e gestas familiares, o que as torna uma rica fonte histórica. É nesse viés que Carlos Francisco Bandeira Lins construiu o seu relato sobre *A Gente de Taipu* – e o que torna o livro uma leitura enriquecedora.

A seguir, trechos da conversa que o autor manteve com o repórter Thiago Bio Bemfica Mattos e o professor Carlos Costa.

Communicare – Em entrevista recente concedida à repórter Regiani Ritter, na rádio Gazeta AM, o senhor discorreu sobre os dois filhos promotores e sua filha procuradora da República, frutos de seu feliz casamento com a historiadora Aglae Filizola Bandeira Lins. Hoje vamos falar sobre seu mais recente livro, *Gente de Taipu*, em que resgata um gênero literário que praticamente desapareceu com a Revolução Francesa de 1789. Mas comecemos pelo episódio de combatente da ditadura, que teria ocorrido na PUC-SP, onde cursou Direito.

Carlos Bandeira Lins - Certo. Mas não foi na PUC, e sim no Ministério Público. Convidei o jurista José Carlos Dias para uma palestra, por saber que ele era defensor de presos políticos. A palestra seria entre o José Carlos Dias e um juiz. Os palestrantes sempre tinham sido promotores, mas quis fazer um debate com personagens de fora do MP. O título era *Ministério Público visto por um juiz e um advogado*. O juiz era o Carlos Antonini. Queria exatamente alguém combativo, que saísse contra o MP e o tribunal de júri. Não entendi bem por que, mas, depois de feito o convite, o Dias foi preso. A OAB se mobilizou e foi solto oito dias depois. Porém, o procurador-geral queria que eu desconviasse o José Carlos, mas eu não faria isso de jeito nenhum.

O livro *Gente de Taipu* foi um projeto de muitos anos. Como se deu esse processo?

CBL - Eu pensava que, durante a pesquisa genealógica, não seria possível recuar tanto no tempo. Nunca sabemos a possibilidade de pesquisar nossos ancestrais, principalmente no Brasil, onde há um buraco negro perto do fim do século XVIII, antes da Revolução Francesa. Aqui, o Registro Civil demorou muito tempo para se instituir. Então, a partir de 1789, não há obras genealógicas mais. Assim, o Registro Civil apareceu no ano da proclamação da República, quando se tornou obrigatório.

Até então o que se usava eram os livros da Igreja.

CBL - Isso, só os livros com o registro de batismo. Mas os padres não tinham o menor cuidado com isso. Os livros estavam sujeitos a inundações, cupins, entre

outros problemas. Isso mudou com um dos princípios dos mórmons, que é o de cultuar seus ancestrais – e eles quererem chegar até Adão. É evidente que as genealogias bíblicas são mitológicas. Elas se tornam mais seguras a partir do ano 1000, quando o Papa proíbe a realização de casamentos consanguíneos. E o parentesco consanguíneo – está mais do que provado – gera sérios problemas genéticos. Na Europa, passou a ser muito obedecido, nem tanto com a realeza que se relacionava bastante entre si. Já entre os homens comuns, havia o medo de se casar com parentes. O Papado proibia o casamento entre parentes que possuísem o mesmo tetravô. Vendo que era impossível nas cidades pequenas encontrar alguém de fora da família nessas condições, isso foi se abrandando. Quando Henrique VIII quis se divorciar da primeira mulher, evocou sua consanguinidade com Catarina de Aragão. Mas o Papado recusou seu pedido e, então, foi criada a Igreja Anglicana. No Brasil, também por causa das distâncias geográficas, essa proibição nunca foi levada muito a sério. É comum encontrar nas famílias da época da colonização casamentos entre primos e mesmo entre tio e sobrinha. Porque eram tantos filhos que os casais tinham que as gerações se interpenetravam.

Seu livro é do gênero dos relatos genealógicos, mas não apenas. Além da formação de Taipu, o senhor inicia as narrativas desde a movimentação árabe, a consolidação de condados e reinos na Península Ibérica. O senhor fala do beato das Astúrias e da Igreja de Liebana, perto dos Picos de Europa, como chegou a essa personagem?

CBL - Essa é uma figura importante na história da Espanha, porque o país por muito tempo não foi católico. Os visigodos e os celtas não eram católicos, por exemplo. Mas, voltando à questão do casamento consanguíneo, tenho um primo que, olhando para as genealogias que encontrei, disse: “nossa, quantos casamentos entre primos temos na nossa família!” Mas isso não é de surpreender. Deve ser por causa disso que na nossa família tem tanto “lelé-da-cuca”. O pior deles levou 25 anos escrevendo um livro *[risos]*.

Tanto tempo revela muita constância!

CBL - Não, não chegou a demorar tudo isso. Por volta dos anos 2000, encontrei uma caderneta familiar escrita pelo meu tetravô. Foi a partir dessa caderneta, que o José Lins do Rego sabia que era do trisavô dele, que pude encontrar os nomes dos pais e avós desse trisavô do José Lins do Rego.

Ja perguntar sobre essa caderneta: qual o nome desse trisavô?

CBL - Ele ficou muito conhecido como Num, mas o nome era José Lins Caval-

cante de Albuquerque – e esse nome irá se repetir num neto mais velho, que é o avô do José Lins do Rego. Ele está muito presente no livro. Foi com o nome dos pais e dos avós dele que consegui completar aquelas gerações que faltavam para eu chegar a um livro genealógico – que começou a ser escrito perto de 1748, talvez. Um livro das gerações de famílias pernambucanas.

Há uma construção desse mundo ibérico, quando o senhor conta a versão da autoridade galega que encontra restos mortais e os atribui ao Apóstolo Santiago, o que tem boa dose de fantasia... De onde veio o interesse por resgatar o passado Ibérico?

CBL - A Revolução Francesa tinha razão em dizer que os livros genealógicos não eram democráticos, pois privilegiavam famílias da nobreza. Essas tinham escritvões, especialmente os reis, somente para fazer a genealogia da família real, muitas vezes, até ocultando parentescos inconvenientes.

No caso da dinastia de Avis, o senhor conta um pouco de Leonor de Teles, mulher muito odiada. Dá curiosidade de ler outras pesquisas para saber algo desses personagens.

CBL - Eu poderia até fazer mais. Houve na Espanha uma crise sucessória quando chegaram ao poder a Rainha Isabel de Castela e o Rei Fernando de Aragão. A rigor, quem deveria herdar o trono era outra mulher. Só que se dizia que essa moça era filha do Dom Beltrán, e não do rei. Se fosse para enveredar por essas histórias de alcova, haveria muito pano para a manga. Se fôssemos investigar filiações ilegítimas, que redundaram em diversas dinastias, com figuras que na época tinham sangue hebraico, teria sido fácil encontrar esses casos. Se observarmos as filiações ilegítimas, a primeira dinastia portuguesa já era ilegítima, porque o rei de Aragão, Afonso VI, tinha uma filha ilegítima, Dona Tareja, e uma filha legítima, Orraca. A rainha fez as duas filhas se casarem com nobres da Borgonha. Por isso a primeira dinastia portuguesa se chama Dinastia de Borgonha. A Dona Orraca, a filha legítima, ganhou a Galícia, enquanto a Dona Tareja, forma antiga de Teresa, ganhou o condado portugalense. Então a Dinastia de Borgonha tem esse início numa filiação ilegítima. A Dinastia de Avis também é ilegítima e a de Bragança, também, pois o primeiro Duque de Bragança era filho ilegítimo do rei Dom João IV. O próprio autor desse livro genealógico de Pernambuco, o Num, que trata das famílias do Nordeste acima do Rio São Francisco, reconhece ter filhos ilegítimos – e escreve isso com muita tranquilidade. Foi no reinado da Rainha Vitória da Inglaterra que as coisas entraram mais nos eixos, e se passou a evitar o reconhecimento de filhos ilegítimos. Foi um reinado muito puritano.

Há algum motivo para nomes, muito comuns no século X ou XII, terem desaparecido por completo?

CBL - Pois é, alguns nomes hoje soam muito esquisitos. Orraca é muito estranho. Como Fruela, Sancha ou Ermengarda. Tarefa por Tereza, ou Brites por Beatriz. Mas como eu dizia, a genealogia não é muito democrática, porque privilegiou reis e nobres. Quando chegamos às pessoas comuns, fica muito difícil levantar quem foram os pais, avós, bisavós. A forma que encontrei para compensar isso foi realizar um estudo da história ibérica. Depois de ver que tudo confluía para a Península Ibérica, tirando os Lins que são alemães e os Cavalcante, de Florença, na Itália, quase todos os outros, até um escocês que deu origem à família Drummond, são de portugueses. Quando chegamos num passado mais remoto de Portugal, notamos que são nomes de procedência ibérica. Na época a locomoção era muito difícil e, por isso, as pessoas costumavam casar com gente das redondezas. Mapear apenas alguns nomes acaba produzindo uma visão distorcida da ancestralidade. Quando olhamos dez gerações, são mais de mil ancestrais. Quando olhamos vinte gerações, são mais de um milhão. Trinta gerações representam mais de um bilhão de ancestrais. Nem havia gente no mundo para não haver consanguinidade. Por isso alguns nomes começam a se repetir, já que é impossível se chegar a um bilhão de nomes diferentes. A forma de compensar essa prevalência dos nomes ilustres é a de estudar a história do povo. Foi isso que me levou a estudar a história de Portugal e dos reinos ibéricos. Eu sei que ali são quase sempre excluídos os homens comuns, que não deixaram traço algum na história, mas que participaram de tudo aquilo que está no livro. Achei que para um passado remoto era mais importante estudar a história do povo do que dos poucos ancestrais a que era possível chegar.

Nesse aspecto seu livro vai além em relação a um trabalho genealógico comum. Por exemplo, o senhor fala a respeito de a memória coletiva pernambucana achar que o período de Maurício de Nassau foi uma idade de ouro. O senhor faz análise de pregações, exageros, castigos e coloca em dúvida se o Brasil holandês teria sido uma maravilha.

CBL - A Indonésia, no Pacífico, até a Segunda Guerra Mundial, não tinha nada. Era apenas uma colônia holandesa. O que era o Suriname aqui na América do Sul? Não vejo uma colônia holandesa que se tornou potência. Então o que seria do Brasil se tivesse sido colonizado pela Holanda? Mas aí já estamos no século XVII e eu chego a dezesseis trisavós desse Num, que é o tetravô e que ponho como figura central. Todos os dezesseis trisavós homens do Num participaram da resistência aos holandeses. Aí estou ainda no plano da genealogia, porque tra-

to de um por um e qual foi sua participação nessa luta. Hoje, o pesquisador mais conhecido sobre a história do Nordeste é o irmão do João Cabral de Melo Neto, o Evaldo Cabral de Mello.

Evaldo tem trabalhos excelentes, como o Nassau, e suas análises para a coletânea História da Vida Privada são notáveis.

CBL - Realmente. Mas ele incorre nisso que eu considero um erro grave de louvar o Maurício de Nassau, dizendo uma coisa que acho que só uma família de diplomatas pode achar razoável. Ele diz, no livro *Nassau*, que os pernambucanos daquele tempo deveriam sentir-se enobrecidos pelo fato de ter vindo um conde holandês para governar a Capitania de Pernambuco. Se você fosse degolado por um carrasco, ficaria muito interessado se o carrasco fosse um nobre? É o que ele está dizendo.

Em alguns comentários do livro, o senhor pratica o que em literatura se chama de crítica genética. Como na tabela que produz comparando comportamentos e diretrizes de Maurício de Nassau com recomendações de Maquiavel.

CBL - Tenho uma folha dividida em duas colunas com oito textos do Maurício de Nassau e ao lado o texto de Maquiavel. O livro do Evaldo Cabral não cita Maquiavel em momento algum. Mas se recortarmos os oito textos, embaralharmos e eu tiver que dizer “tal texto é de Maurício de Nassau e esse de Maquiavel”, não conseguiria. Hoje Nassau seria considerado um plagiário se participasse da vida acadêmica. Um plágio escandaloso, pois é uma confusão absoluta.

Num momento do livro o senhor comenta que entre os índios era a mulher que mostrava maior interesse sexual, pois os homens estavam mais preocupados em caçar, pescar, lutar. Então, as índias não eram devidamente “satisfeitas”? Por isso havia o costume de incentivar que as mulheres fossem mais cortejadas ou até violentadas pelos homens brancos. De onde veio essa reflexão?

CBL - Bom, isso começa com Gabriel Soares de Souza (1540-1591), português que fez fortuna, dono de um engenho na Bahia, com índios escravos trabalhando ali – e ele sabia bem o que dizia¹. Padres, especialmente jesuítas do primeiro século, narravam a mesma coisa. E a narrativa é uniforme. Tem aquela poesia do Gonçalves Dias, que fala: *Não chores, meu filho / Não chores, que a vida / É luta renhida / Viver é lutar / A vida é combate / Que os fracos abate / Que os fortes, os bravos / Só pode exaltar*. Isso não é uma criação romântica. Românticos são os versos, mas isso era a verdade. Os índios viviam em constante luta. As tribos, os povos indígenas viviam numa migração constante e um inimigo do outro. São raros os momentos de aliança. Mais frequentemente, estavam em guerra. O

1. Tendo enriquecido nos 17 anos em que vivera na Bahia, foi em 1584 a Madri (é o período da união das Coroas Ibéricas), a fim de solicitar da Corte autorização e favores para o seu empreendimento de procura e exploração de minas. Para justificar seus projetos e angariar a boa vontade dos que podiam conceder-lhe as graças pedidas, sobretudo do ministro Cristóvão de Moura, redigiu nos quatro anos de 1584 a 1587 o longo memorial, como ele próprio lhe chamou. Ficou conservado inédito até o século XIX, quando foi publicado sob títulos diferentes de “Notícia do Brasil” ou de “Tratado descritivo do Brasil”, que se constitui uma verdadeira enciclopédia do país à data da sua composição.

homem era tão estimulado a guerrear que de fato considerava-se uma fraqueza quando buscava a convivência amorosa. Era a mulher que tomava a iniciativa. Essa é a descrição que fazem os primeiros cronistas. Os índios do litoral tinham menos contato com outras tribos. Por isso, podem ser diferentes os costumes dos índios do litoral, os primeiros com que o colonizador branco teve contato. Mas a sobrevivência da espécie reclamava que as mulheres indígenas tivessem um papel mais ativo, mais atiradas, do que as criadas no mundo do cristianismo, num ambiente de recato. Acho que hoje as novas gerações estão se aproximando da cultura indígena.

Na concepção de um livro, há um momento de extremo enamoramento com o fazer e há outro de aborrecimento, em que pensamos estar fazendo besteira. Qual foi o momento em que o senhor se sentiu mais inspirado e pensou que essa seria sua grande obra? Foi alguma passagem, uma descoberta?

CBL - Acho que houve alguns momentos em que percebi que tinha visto algo interessante. O Borges da Fonseca, o genealogista, afirmava fazer genealogia, mas não ouvindo uma “tia velha”. Ele criticava os genealogistas que iam se informar conversando com velhas parentes e primas novas. Mas eu falei com uma senhora que era já bastante idosa, morreu logo depois, deveria ser octogenária. Quando muito jovem, por causa de uma discussão com um cunhado, mesmo não fazendo parte da família, ela tentou traçar não uma árvore genealógica, mas a repartição da herança do trisavô do José Lins do Rego. Colocou o casal no centro, os oito filhos num círculo ao redor desse centro e depois em círculos concêntricos foi dispondo as outras gerações. Até chegar à minha. Isso foi importante para que se tornasse possível o que chamo de um esboço da descendência. Se ela não tivesse feito esse trabalho, eu sozinho não conseguiria fazê-lo. Antes disso, achei que tinha realizado algo extraordinário quando descobri o inventário deixado por meu tetravô, em 1870. Procurei várias comarcas na Paraíba e não vi inventários tão completos quanto esse. Em São Paulo, no museu do Tribunal de Justiça, há pouquíssimos registros do Império. Ter encontrado esse inventário parecia a grande descoberta. Mas essa descoberta foi um pouco frustrante porque no inventário não consegui encontrar sequer o nome dos pais do dono do inventário. Só dizia que ele tinha um engenho e que se dividia de tal forma. Com esse inventário, ficava até um pouco prejudicado aquele gráfico que a parenta octogenária produziu. Prejudicado porque no inventário estava dito que os herdeiros A, B e C desistiram de sua parte em favor de D. Era o único elemento para dizer que os bens não se dividiram igualmente entre os oito filhos. O primeiro, mais velho, tinha um quinhão dobrado em relação aos outros; e entre os outros houve dois que desistiram de sua posse em favor de um terceiro. O gráfico da octogenária não

tinha nenhuma imprecisão, pois ela não vira o inventário e não sabia que as partes não eram iguais. Mas foi um ponto importante. Mas o mais importante foi ter encontrado em Pernambuco uma cópia, enquanto o original estava na Bahia. Depois poria minhas mãos no próprio original. Essa é a caderneta escrita, a que me referi.

A caderneta do Num?

CBL - Exato, do Num, meu tetravô. Essa caderneta começou a ser escrita por um cunhado dele. É esse cunhado, casado com uma irmã mais velha, que fornece o nome dos pais e avós do Num. Aí há as datas de nascimento de cada filho, cada neto. Uma coisa curiosa que encontra precedentes em alguns povos: ele teve dois filhos homens e seis mulheres. Ele trata das seis filhas mulheres, dos filhos que elas tiveram, dos maridos que tiveram, mas não trata dos descendentes gerados pelos dois filhos homens. Um que vivia em Recife, mais distante, e aí se poderia dizer que a distância impediu de tratar desse ramo, mas o outro vivia em Pernambuco. O engenho do Num chegava quase até a fronteira com Pernambuco. Seu filho homem mais velho era dono de uma propriedade grande em Pernambuco, que chegava à fronteira com a Paraíba. Os dois quase que se encontravam. Mesmo assim, Num não tratou dos descendentes tidos por esse filho homem. Um deles, inclusive, casa com uma neta de Num. São dois primos irmãos que se casam, o do filho homem e a de uma filha mulher. Mas ele só fala da filha mulher. Com os índios, havia isso também. Aliás, entre os romanos, a mulher, quando casava, passava para a família do marido. Havia o culto aos deuses lares, o culto aos ancestrais. A mulher, casada com o marido, passava a cultuar os ancestrais dele. Da mesma forma, no Japão, há um filme em que uma mulher casada, numa época de grande fome, separa alguns alimentos para dar a seu irmão e seus sobrinhos; e ela é morta pela família do marido pois não poderia mais ter contato com a família antiga.

Houve, no passado recente, um renascimento e forte crescimento de biografias. O próprio Evaldo falando de Nassau, por exemplo. Com a genealogia houve retomada?

CBL - Acho que há um interesse renovado em relação à genealogia especialmente por causa da admissão da dupla cidadania no Brasil. Mas isso existe em outros países também, talvez pela facilidade de comunicações em geral. Eu sei que, com a Internet, e com o trabalho dos mórmons de microfilmarem todos os registros que encontram, e com a disponibilização por parte da Igreja Católica dos livros de registro, há como estudar a ancestralidade, principalmente por causa dessa possibilidade da dupla cidadania. Em resumo, o Brasil hoje tem maior interesse pela pesquisa genealógica comparado com alguns anos atrás. Até a Constituição de

1988, o cidadão tinha que optar por apenas uma cidadania: se era brasileiro, não poderia escolher a de outro país e, se optasse por uma de outro lugar, perderia a cidadania brasileira. Hoje, grande número de países aceita que a pessoa tenha mais de uma cidadania, várias, não apenas duas.

O senhor tem algum projeto depois desse livro?

CBL - Outro dia uma pessoa me perguntou isso e eu respondi: “Olha, eu acho que estou num ano sabático” [risos]. Depois de todo esse esforço, o que talvez ache mais factível seja pegar dois capítulos em que conto sobre os holandeses, o que houve no Brasil durante a invasão e a ideologia de Maurício de Nassau e transformar isso em um livro pequeno que seria mais vendável. O Evaldo Cabral de Mello Neto tem feito isso. Talvez faça o mesmo.

Aliás, há muito material ali que pode sair do contexto do livro e ganhar vida própria.

CBL - Com certeza. Nessa parte de biografia, esse Num, meu tetravô, foi criado por um irmão vinte anos mais velho que era padre. É um nome totalmente esquecido pela história. Não há qualquer menção a ele, a não ser em um livro de 1900 que tratava das paróquias na Paraíba. Ele foi o primeiro vigário de São Miguel de Taipu em 1805. Apesar de sua história ser lacunosa, eu consigo recuperar muita coisa com os dados que obtive. Isso daria um livrinho talvez. Mas a parte dos holandeses eu acho que daria um livro realmente interessante. A propósito, houve nos anos 1920, 1930, uma polêmica grande em Pernambuco. Do lado contrário a Maurício de Nassau, houve um texto chamado “anti-Nassau” escrito por um pensador conservador, reacionário devo até dizer, na verdade, muito ligado à Igreja. Chamava-se Lubambo. Ele tinha estudado com os jesuítas e era simpaticamente do regime salazarista. Como ele era muito conservador, foi ferozmente combatido pelos que endeusavam Maurício de Nassau. Quem ilustrou esse texto do Lubambo foi o pintor Vicente do Rego Monteiro. A expressão que usavam para designar Lubambo e que eu cito no livro é “um catolicão fanático”. Ele dizia que os holandeses tinham matado padres e proibido ordens religiosas de ficar em Pernambuco. Mas era tudo verdade. Eu não preciso nem ser católico para reconhecer isso. Se eu disser que, no Japão, foi a ousadia dos jesuítas, que queriam converter o povo japonês, que levou o imperador a torturar e matar os padres jesuítas, eu não preciso ser “um xintoistão fanático” para dizer isso.

O filme *Silêncio*, de Martin Scorsese (2017) trata justamente sobre isso².

CBL - É, São Francisco de Xavier foi martirizado. Ele foi lá pregar o cristianismo entre o povo que tinha forte apego com suas tradições religiosas e foi morto por

causa disso com os 26 mártires. Eu fui para o México, em 1984, 1985, e tinham descoberto uma pintura desses jesuítas. Foi pintada quando eles estavam lá. Eles iam para o Japão. E todos foram mortos depois. Mas o Papa acabou de santificar as pessoas do Rio Grande do Norte que foram mortas pelos judeus, pelos holandeses e por índios³. O chefe disso era alguém chamado de Jacob Rabbi, não sei propriamente se ele era um rabino. Eles morreram em grande número. E mais, há um texto holandês que narra isso se reportando para a Companhia das Índias que conclui desta forma “matamos todo mundo e, assim, a província ficou livre dessa raça”. Eles diziam que tinham exterminado completamente os luso-brasileiros, se vangloriando por isso. Se isso não é um genocídio, não sei o que é. Queriam acabar com os luso-brasileiros, que foram chamados para uma reunião dentro de uma igreja, para receber instruções. Foram trancados dentro da igreja e mortos. É algo semelhante ao que índios fizeram em uma outra passagem, mas aí dou uma boa justificativa.

E qual seria ela?

CBL - É uma história interessante, a tragédia ou chacina de Trucunhaém. Descobri uma ancestralidade indígena, mas é dos tabajaras. Essa história que vou contar não é de potiguaras. Os potiguaras viviam no norte de Pernambuco e houve uma ruptura entre eles. Um grupo rumou para a Paraíba. Viviam num lugar que hoje se chama Serra da Raiz. Estavam eles vivendo ali, quando chegou um mestiço de índio querendo negociar abrigo. O cacique da tribo chamava-se Iniguaçu, que significa “cobra grande”. O mestiço se enamorou com a filha desse cacique, Iratembé, “lábios de mel”, na tradução. Ele quis se casar com ela e o pai, muito ciumento da filha, disse que só concordaria se ele vivesse na aldeia. O mestiço concordou com a proposta e ficou vivendo na aldeia até o dia em que o cacique foi caçar. Ele aproveitou, pegou a moça e foi embora para Olinda. Quando o pai chegou a sua taba, voltando da caça, e não viu a filha, mandou dois filhos a Olinda para buscar Iratembé. Em Pernambuco, havia um corregedor chamado António Salema que ouviu a história dos índios, deu razão a eles e mandou que a índia voltasse para seus irmãos. Saem os três rumo à Paraíba. No meio do caminho, certamente à noite, que é quando se consegue caminhar 60 quilômetros sem muitos esforços, foram pedir pousada no último engenho da fronteira agrícola. Era uma verdadeira fortificação. Moravam várias centenas de pessoas nesse engenho. A tal da Iratembé deveria ser muito bonita, porque o dono do engenho, logo que a viu, pegou a moça e colocou-a no seu borralho. Mandou os índios embora, dizendo: “Vou ficar com a moça e vocês vão embora”. Eles voltaram para contar ao pai, o cacique, o que havia acontecido. A essa altura, o tal do António Salema já tinha saído do seu cargo em Pernambuco, foi para São Tomé

2. No filme, no século XVII, dois padres jesuítas portugueses, Sebastião Rodrigues (Andrew Garfield) e Francisco Garupe (Adam Driver), viajam até o Japão em uma época em que o catolicismo fora banido. À procura do mentor deles, padre Ferreira (Liam Neeson), os jesuítas enfrentam a violência e perseguição de um governo que deseja expurgar todas as influências externas

3. Mártires de Cunhaú e Uruaçu ou Protomártires do Brasil, é o título dado pela Igreja Católica aos trinta católicos martirizados, no interior do Rio Grande do Norte. Foram vítimas de dois morticínios, ambos no ano de 1645, no contexto das invasões holandesas no Brasil. O primeiro massacre ocorreu na Capela de Nossa Senhora das Candeias, no Engenho de Cunhaú, município de Canguaretama; o segundo foi na comunidade de Uruaçu, no município de São Gonçalo do Amarante. Foram beatificados pelo Papa João Paulo II em 5 de março de 2000. No dia 23 de março de 2017, o Papa Francisco autorizou a canonização dos trinta mártires do Rio Grande do Norte. A canonização ocorreu em uma cerimônia no Vaticano, em 15 de outubro de 2017.

como governador e voltou dali para ser governador no Rio de Janeiro. Então não havia naquele momento mais essa autoridade para dar razão novamente a eles. O dono de engenho, chamado Diogo Dias, era amigo do preposto do governador da Capitania de Itamaracá. Dessa forma, as tentativas que os índios fizeram para reconquistar Iratembé de nada adiantaram. O pai, indignado, vai atacar o engenho e se reconcilia com o outro ramo dos potiguaras que ficava ali perto de Tracunhaém. Vão os dois ramos juntos atacar o engenho. Eles usaram de uma estratégia que nós pensamos que apenas os grandes generais possam conceber. Um grupo pequeno, instruído para ir recuando, ataca de peito aberto. Todos do engenho acreditam que aquele grupo é a totalidade das forças dos índios e saem todos os homens do engenho para combatê-lo. Quando já estão longe o suficiente, o grosso das tropas indígenas instalam-se ao redor do engenho e trancam a passagem. Eles massacram todos os homens que saíram do engenho, depois entram e matam todos as mulheres e crianças que estavam lá dentro. Quando se descobriu que havia ocorrido o massacre de Tracunhaém, contaram 614 mortos. E isso foi determinante para a criação da Capitania Real da Paraíba. A Paraíba nunca tivera um governador, não foi uma capitania hereditária. Ela só foi criada por causa desse massacre.

Em que ano aconteceu isso?

CBL - Em 1574. João Pessoa foi fundada em 1585, já com a união das Coroas Ibéricas. Foi antes desse ano, porque foram dar notícia disso a Dom Sebastião, o rei português que desapareceu na Batalha de Alcácer-Quibir. E ainda estamos esperando ele voltar *[risos]*.



Artigos

Netflix: o serviço que mudou a forma de produzir e consumir entretenimento audiovisual

Dirceu Lemos da Silva

*Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo; professor da Faculdade Cásper Líbero, do Centro Universitário Belas Artes e da Universidade Santo Amaro
E-mail: dirceulemos@uol.com.br*

Este estudo tem por objetivo recontar a trajetória de crescimento da Netflix, o maior serviço de vídeo sob demanda pela Internet do mundo, além de tratar da concorrência, da aquisição e produção de conteúdo original. Atualmente a Netflix é a empresa de mídia mais valiosa do mundo. A popularização de seu modelo de negócios alterou a forma de se produzir e consumir entretenimento audiovisual, ameaçando a tradicional indústria da televisão. Palavras-chave: Netflix; *streaming*; televisão; SVoD.

Netflix: the service that changed the way we produce and consume audiovisual entertainment

This study aims to recount the growth trajectory of Netflix, the largest on-demand video service on the Internet in the world, as well as dealing with competition, acquisition and production of original content. Currently Netflix is the most valuable media company in the world. The popularization of its business model has altered the way to produce and consume audiovisual entertainment, threatening the traditional television industry.

Keywords: Netflix; streaming; television; SVoD.

Netflix: el servicio que cambió la forma de producir y consumir entretenimiento audiovisual

Este estudio tiene por objetivo recontar la trayectoria de crecimiento de Netflix, el mayor servicio de video a demanda por Internet del mundo, además de tratar la competencia, la adquisición y producción de contenido original. Actualmente, Netflix es la empresa de medios más valiosa del mundo. La popularización de su modelo de negocios alteró la forma de producir y consumir entretenimiento audiovisual, amenazando la tradicional industria de la televisión.

Palabras clave: Netflix; streaming; televisión; SVoD.

Introdução

A Netflix é a empresa líder na distribuição de conteúdo audiovisual por *streaming*, com 125 milhões de assinantes em 190 países que assistem a mais de 140 milhões de horas diárias de filmes, programas de TV, documentários e séries, incluindo produções originais. O usuário pode assistir o quanto quiser, quando e onde bem entender, sem exibição de comerciais, em praticamente qualquer tela conectada à Internet.

De acordo com a Nasdaq, a bolsa eletrônica dos EUA, no dia 18 de fevereiro de 2017, o valor de mercado da Netflix (NFLX) era de US\$ 61,21 bilhões. Em 11 de julho de 2018, esse número saltou para US\$ 181,98 bilhões. O valor da Netflix ultrapassou o de alguns conglomerados de comunicação como a Time Warner (US\$ 77,27 bi), proprietária do HBO e dos canais Turner; a Twenty-First Century Fox (US\$ 88,32 bi); e a Comcast Corporation (US\$ 155,39 bi), maior provedora de TV a cabo dos EUA e controladora da NBCUniversal, que engloba estúdios de cinema, canais de TV e parques temáticos.

A Netflix sobrepujou, em valor de mercado, até mesmo a Walt Disney Company (US\$ 160,62 bi)¹, dona de empresas como ESPN, ABC, A&E, Disney Channels, Pixar Animation, Marvel Entertainment, Lucasfilm, além do estúdio de cinema, parques temáticos e resorts, entre outras.

Com 5.500 funcionários espalhados em todo o mundo, a Netflix tem impactado no antigo modelo de negócios da indústria da televisão, em que a audiência é limitada aos horários de veiculação. O padrão “televisão pela Internet” disponibilizada por *streaming*, em qualquer hora ou lugar, está sendo copiado pelos canais abertos e fechados (TV paga), que agora distribuem *on-line* trechos ou programas inteiros. Estamos diante de um embate entre as tradicionais emissoras de TV e as plataformas audiovisuais digitais que tem na Netflix seu maior expoente.

Cena um: Nascimento da Netflix

Com sede em Los Gatos (Califórnia, EUA), a Netflix foi fundada em 1997 como uma locadora on-line, com entrega e devolução de filmes pelo correio. A ideia surgiu após engenheiro Reed Hastings ter que pagar uma multa de US\$ 40 à rede de locadoras Blockbuster por atrasar seis semanas a entrega do filme *Apollo 13, do Desastre ao Triunfo*. À época, Hastings havia recebido US\$ 525 milhões pela venda de sua primeira empresa, a Pure Software, que criava ferramentas para ajudar programadores a localizar problemas que impediam o funcionamento eficiente de *softwares* (GRINAPOL, 2014, p. 18-19).

1. Todos os valores estão com a cotação de 11 jul. 2018. Fonte: <<https://finance.yahoo.com/quote>>.

Hastings e seu sócio Marc Randolph criaram então a Netflix (netflix.com) em outubro de 1998 apostando em um catálogo de 925 títulos em DVDs, para locação e compra, num período em que as fitas VHS ainda reinavam absolutas. Se até aquele momento, para alugar um vídeo, era preciso que o cliente se deslocasse até uma loja física, a partir de então, bastava entrar no *site*, escolher o filme e esperar até cinco dias úteis para que o DVD chegasse em casa. Junto à mídia, ia um envelope com o valor postal pago para ser usado na devolução do DVD após assisti-lo. Cada cliente poderia alugar no máximo três filmes por vez, ao valor de até US\$ 4 cada, sem cobrança de multas e sem prazo para devolução.

Em 1999, a Netflix introduziu o modelo de assinatura com uma taxa fixa (*flat fee*) de US\$ 15,95 mensais que possibilitava ao cliente assistir a quantos DVDs quisesse, desde que um por vez. O modelo de pagamento mensal mostrou-se mais conveniente para o consumidor e se diferenciava daquele explorado por videolocadoras tradicionais.

Um dos fatores de sucesso da Netflix foi a introdução de um sistema de recomendação personalizada de conteúdo. Ao criar a conta no *site* da empresa, o assinante preenche um pequeno questionário para identificar seus gêneros cinematográficos preferidos. Após assistir ao filme, o usuário classifica-o numa escala de um a cinco. A partir do cruzamento desses dados, por meio de algoritmos, o *site* recomenda uma lista de obras que podem interessar num próximo pedido. O sistema também disponibiliza a sinopse e a classificação dos outros assinantes. Esse programa inteligente foi fundamental para o êxito do modelo de negócios da empresa e é aperfeiçoado continuamente até hoje.

As velocidades na Internet alcançaram a capacidade de entregar vídeo em tempo real com definição padrão (SD – *Standard Definition*) a partir de 2005. Um número maior de pessoas começou a fazer download de filmes ou assistir on-line, na modalidade *Video-on-Demand* (VoD), utilizando serviços de empresas como CinemaNow e Movielink. Foi também neste período que surgiram as plataformas digitais de compartilhamento como o YouTube, Vimeo, Sharkle, ClipShack, Google Video e Blip.tv. Esses serviços pretendiam ser versões em vídeo do Flickr, o *site* de propriedade do Yahoo que atraiu milhões de usuários com postagem de fotos e espaço para comentários (GRAHAM, 2005).

No relatório anual para os investidores, em 2006, a Netflix reconheceu que a distribuição de conteúdo audiovisual pela Internet poderia ser uma ameaça real ao seu plano de negócios e começou a preparar a transição para esta nova tecnologia, investindo US\$ 40 milhões para adequar seu sistema à distribuição de conteúdo *on-line* por ².

Em 2007, nasce a Netflix tal como a conhecemos hoje. Hastings conta que: “quando começamos, sempre soubemos que o DVD era algo temporário, um

2. Por meio de um acordo com a Microsoft, a Netflix disponibilizou em seu *site* um *plug-in* a ser instalado no Windows Media Player, dessa forma, em poucos minutos após a instalação o assinante poderia assistir a qualquer vídeo do catálogo.

ponto de partida. Por isso, chamamos a empresa de Netflix³, e não de ‘DVD pelo Correio’” (FUCS, 2012).

Plot Points: Distribuição por *streaming* e expansão territorial

Os primeiros assinantes tinham um pacote de horas limitadas para assistir aos títulos do catálogo. O plano básico custava US\$ 5,99 mensais e dava direito a 6 horas de vídeo, já o plano intermediário custava US\$ 17,99 e permitia acesso a 18 horas por mês, ou nove filmes, em média. Entre as diferenças da Netflix para as outras do segmento do *home video* estava a oferta de um catálogo por meio de uma taxa mensal regular, e sem prazo para o assinante assistir o conteúdo escolhido, enquanto que seus concorrentes geralmente limitavam a visualização por até 48 horas e cobravam por vídeo assistido.

Em 2007, a Netflix já negociava com os fabricantes de TV uma forma de inserir um aplicativo de acesso direto em *Smart TVs*. Além de televisores, computadores pessoais e *laptops*, em pouco tempo, o aplicativo também chegava em outras plataformas como os *videogames* Xbox 360 e Playstation 3. Em 2012, a empresa representava sozinha 31,6% de todo o tráfego noturno da Internet fixa nos EUA, ou seja, mais que a soma de seus principais concorrentes: YouTube (do Google), com 18,9%; o iTunes (da Apple), com 3,2%; a Amazon Video, com 1,6%, entre outros (SANDVINE, 2013).

Diante de um mercado norte-americano cada vez mais competitivo, a Netflix decidiu avançar no seu processo de internacionalização, expandindo para a Europa. Os primeiros países a contar com o serviço *streaming* foram o Reino Unido, Irlanda, Dinamarca, Finlândia, Suécia e Noruega, em 2012. A resistência cultural ao conteúdo estrangeiro e o apreço às produções locais também foi uma das razões para a lenta expansão da Netflix no continente europeu: Holanda (2013); Bélgica, Luxemburgo, Áustria, Suíça, França e Alemanha (2014); Itália, Portugal e Espanha (2015). Também expandiu para outras regiões como Austrália, Nova Zelândia, Japão e Cuba (2015).

Mas a grande cartada para a expansão global da Netflix ainda estava por vir. Se até aquele momento seu serviço *streaming* estava disponível em 60 países, durante a CES 2016 – *Consumer Electronics Show*⁴ – maior feira de tecnologia que acontece anualmente em Las Vegas, a Netflix anunciou sua entrada em 130 novos mercados simultaneamente: Azerbaijão, Índia, Polônia, Rússia, Arábia Saudita, Coreia do Sul, Turquia e Indonésia, entre outros, além de todas as 54 nações africanas de uma só vez.

Em seu discurso na CES 2016, o presidente-executivo Reed Hastings anunciou: “Hoje vocês estão testemunhando o nascimento de uma nova rede

mundial de TV por Internet. (...) Chega de esperar. Com a ajuda da Internet, estamos passando o controle para as mãos do consumidor, que agora poderá assistir ao que quiser, quando quiser, e no aparelho de sua escolha” (NETFLIX MEDIA CENTER, 2016).

Em muitos desses novos mercados, a baixa qualidade da Internet, o número limitado de dispositivos móveis e o valor oneroso dos planos de banda larga têm sido os principais obstáculos para a Netflix. A tradução por meio de legendas e áudios alternativos também é outro fator limitador. Embora esteja disponível em inglês em 190 países, a Netflix oferece pouco mais de 20 idiomas, como árabe, coreano, polonês, mandarim simplificado e tradicional, entre outros.

Os países da África se assemelham aos da América Latina, no baixo desenvolvimento tecnológico, e aos da Europa, na preferência por produções locais. Além da barreira cultural, a Netflix enfrenta a forte concorrência das empresas locais de VoD nos países africanos mais desenvolvidos.

O único grande mercado que a Netflix ainda precisa atingir é a China, com sua população de 1,4 bilhão de pessoas. Diante de um mercado gigantesco em potencial, a Netflix tem negociado uma parceria com empresas de mídia chinesas, como a Wasu Media Holding Co., que opera TV por cabo e redes de banda larga. A coparticipação de um grupo de mídia local é essencial por conta dos restritos controles do governo chinês sobre o licenciamento e censura de conteúdos *on-line*. Os filmes e séries precisam ser entregues aos censores para aprovação, e o conteúdo considerado violento, sexual ou ofensivo ao Partido Comunista pode ser cortado, de acordo com as regras impostas pelo governo.

Além da China, a Netflix também não atua em regiões de conflito como a Síria e Criméia (região da Ucrânia), e na Coreia do Norte, devido às restrições do governo local às empresas americanas.

Em 2016, o ano em que adicionou 130 países ao seu serviço, a Netflix gerou uma receita global de US\$ 8,3 bilhões em *streaming* (crescimento de 35%), adicionando 19 milhões de novos assinantes, dos quais 14 milhões fora do mercado norte-americano.

Antagonistas: concorrentes diretos e indiretos

A principal concorrente da Netflix em todo mundo é a Amazon Prime Video. Lançado nos Estados Unidos como Amazon Unbox, em 2006, o serviço oferecia aluguel *on-line* de filmes a um preço médio de US\$ 3 a US\$ 4 por título. Cinco anos depois, adicionou mais de 5 mil filmes e programas de TV ao seu catálogo e passou a oferecer o serviço de assinatura mensal. Seguindo a líder do setor, no final de 2016, lançou a expansão global do seu serviço de *streaming* para quase 200 países.

3. Netflix é uma variação de *netflixes*. *Flicks* é o plural de *flick*, que é uma maneira informal para se dizer “filme” em inglês. *Net* significa “rede” e é a abreviação de “Internet”. Portanto há várias formas de interpretar o significado da marca: *net flicks* (“filmes na rede”); *internet flicks* (“filmes na Internet”) ou até mesmo *net of movies* (“rede de filmes”) (MICHAELIS, 2017).

4. A primeira *Consumer Electronics Show* aconteceu no ano de 1967, na cidade de Nova York. Desde então, o evento foi palco de lançamentos de produtos icônicos, como o primeiro videocassete doméstico (1970), o primeiro tocador de CDs (1981), o DVD (1996) e a primeira TV de alta definição (1998), o Blu-ray (2003), a 3D HDTV (2012), o *ultrabook* (2013), entre outros.

5. SVoD (*Subscription Video-on-Demand*): são serviços de vídeo sob demanda baseados em assinatura. O cliente paga um valor mensal para ter acesso ilimitado a um catálogo de conteúdos audiovisuais (filmes, séries, programas de TV etc.), acessados *on-line* por meio de dispositivos conectados compatíveis (*Smart TV, tablets, smartphones, PCs*), por um período renovável, de acordo com o interesse do assinante. O modelo de negócios do SVoD não inclui serviços de vídeo suportados por anúncios publicitários, ofertas *pay-per-view* ou serviços que exigem uma assinatura de TV paga, como a Globosat Play.

6. Advertising Video-on-Demand (AVoD): Também chamado de ADSS (Advertising Supported Streaming). Nesse sistema o usuário tem permissão para assistir a um conteúdo sob demanda gratuitamente, no entanto é necessário que ele assista a anúncios publicitários. A propaganda pode aparecer em formato de banners, pop-ups ou filmes comerciais exibidos antes (*pre-roll*), durante (*mid-roll*) ou após (*post-roll*) a exibição do conteúdo que quer assistir. Geralmente a publicidade audiovisual pode ser cancelada (*skip ad*), outras vezes não. O YouTube é o maior exemplo

Além de enfrentar outros concorrentes como o Crackle (da Sony), Vudu (do Walmart) e o YouTube Red (versão sem propagandas e com conteúdo original do YouTube), a Netflix concorre com os serviços de *streaming* oferecidos por empresas tradicionais de TV aberta e fechada, como o CBS All Access, HBO Go e o Hulu (sociedade entre NBC Universal, Fox e Disney-ABC).

Em dezembro de 2017, a Walt Disney Company adquiriu a maior parte da Twenty-First Century Fox por US\$ 52,4 bilhões e planeja lançar um serviço direto ao consumidor em 2019 com franquias de sucesso, como “X-Men”, “Avatar”, “Os Simpsons”, “A Era do Gelo”, além de programas dos canais FX Networks e National Geographic, entre outros. Trata-se da quarta maior transação da história da indústria de mídia e a maior aquisição já feita pela Disney. A compra também inclui a Endemol, que é dona dos formatos de populares programas de TV, como “Big Brother” e “MasterChef”.

Com a decisão de lançar um serviço próprio de *streaming*, a Disney não vai renovar seu contrato de licenciamento de conteúdo para a Netflix. O acordo havia sido assinado em 2012, antes da consolidação da modalidade SVoD⁵.

No Brasil, em 03 de novembro de 2015, a Rede Globo lançou sua plataforma digital de vídeos, a Globoplay (anteriormente chamado de Globo Play). Observando novos hábitos de consumo, em que o público não precisa assistir a um programa no horário em que ele é exibido, a emissora carioca criou uma plataforma exclusiva de seus produtos, com acesso por meio de computadores, *smartphones, tablets, Smart TVs* e Chromecast (adaptador que se conecta à porta HDMI da TV e permite o acesso *on-line* de conteúdo audiovisual).

Pioneira na oferta de vídeos digitais em território nacional, a Globoplay foi uma evolução da Globo.TV+, lançada num projeto piloto apenas para Minas Gerais, em 2012 (G1, 2012). Com experiências anteriores acumuladas, a nova plataforma trouxe novidades, como a transmissão da programação em tempo real para os usuários de algumas praças, e a disponibilização gratuita de trechos dos principais programas exibidos pela emissora (no modelo AVoD⁶, com vídeos publicitários em *pre-roll*). A interação pelas redes sociais também tem espaço na Globoplay, com ferramentas que permitem comentários sobre a programação, além de compartilhamento e curtidas do conteúdo.

Os assinantes do serviço contam com a íntegra dos produtos de dramaturgia, humor e câmeras exclusivas do “Big Brother Brasil”, além de conteúdo em 4K e do acervo de 80 títulos entre programas jornalísticos, novelas, séries e minisséries que fizeram sucesso na Globo, como a novela “Avenida Brasil” e a minissérie “Felizes para Sempre?”.

Uma das vantagens da Globoplay em relação à Netflix está na enorme oferta de produtos nacionais, o que a plataforma norte-americana vem aos poucos inserindo em seu catálogo, incluindo não só produções de terceiros, como a no-

vela “Os Dez Mandamentos”, a animação “Turma da Mônica” e shows de *stand-up comedy*, mas também com as séries originais brasileiras “3%”, “Samantha” e “O Mecanismo”, dirigida por José Padilha.

Se o conteúdo “Original Globo” é o ponto forte da plataforma brasileira, a falta de produtos estrangeiros torna-se justamente seu ponto fraco. Em agosto, a Globoplay oferecia poucas opções no catálogo como a série estadunidense “The Good Doctor”, sensação da temporada 2017-2018, além de quase três dezenas de longas-metragens, como “O Soldado do Futuro”, “A Bela e a Fera” e “Ninfomaníaca”, entre outros.

Outra fragilidade da Globoplay estaria na falta de conteúdo inédito. A plataforma traz ao público uma marca forte e regional, com novelas, séries, programas de variedades e jornalismo nacionais, porém, tudo já é exibido de graça pela Rede Globo. A vantagem estaria em assistir ao conteúdo fora do horário da grade e antecipar exclusivamente para os assinantes alguns lançamentos antes da exibição na TV.

Em maio de 2017, a primeira temporada de “Brasil a Bordo”, de Miguel Fabello, foi disponibilizada por inteiro aos assinantes da Globoplay. Em junho foi a vez da série “Carcereiros”. Ambas só foram exibidas a partir de 2018 na Rede Globo. “A gente sempre fala de ‘Justiça’, uma série extraordinária no ano passado. Se você é jovem, trabalha e faz faculdade, eu não te alcançava na TV aberta. Você está na hora do ônibus na hora em que estou exibindo. Mas te alcanço por Globoplay”, diz o diretor de programação, Amauri Soares (*apud* SÁ, 2017).

Em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo, ao ser questionado sobre o fato da Netflix e Amazon se concentrarem em séries enquanto que a tradição da Globo é novela, Soares justificou dizendo que cada plataforma tem um formato mais adequado:

Um formato de 180 capítulos tem questões a serem resolvidas em VoD, por exemplo, de narrativa. É para ser acompanhado diariamente, ao longo de tempo maior. Ele é eventizado, gera comentários, municia você de assuntos. Não imaginamos uma pessoa fazendo “*binge watching*” de 180 capítulos. [risos] Já a série tem adequação enorme para “*binge*”. É um dos atributos do Globo Play, assistir tudo de uma vez, na hora que quiser. E a Globo é produtora de séries há muito tempo, desde quando não era moda, desde os anos 1960, “Delegacia de Mulheres” (SÁ, 2017).

O termo *binge watching* significa a visualização de conteúdos audiovisuais de forma sequencial. Apesar desse tipo de comportamento existir desde a disseminação do videocassete, a partir da década de 1980, a expressão se popularizou na crítica norte-americana especializada em televisão a partir de 2013, a partir de novos hábitos de consumo de mídia, e foi adotada na literatura acadêmica⁷.

O aplicativo Globoplay já conta com mais de 19 milhões de *downloads* nas

dessa modalidade de negócios, apesar de também trabalhar em outras modalidades (TVoD e SVoD). Os sites das emissoras SBT (SBT Online) e Rede Globo (para não assinantes) também exibem anúncios antes do conteúdo escolhido pelo usuário. Normalmente, as agências de publicidade pagam aos serviços AVoD por visualizações ou por número de cliques. Este modelo de negócios se assemelha ao da televisão aberta, onde a transmissão gratuita é custeada por anunciantes.

7. *Binge* significa “farra” e *watching* quer dizer “assistindo”. Não há uma correspondência exata da expressão em português. Talvez o termo que mais se aproxime seria na nossa língua seria “maratona”, “assistir numa tacada / numa sentada/de uma vez só/fazer uma maratona de”. *Binge* normalmente é mais usado em expressões como: comer em excesso [*binge eating*] e beber em excesso [*binge drinking*]. Recentemente tem sido usado para outras atividades como fazer uma maratona de compras [*to go binge shopping*] e ainda mais usado como assistir numa tacada só [*to binge watch*].

plataformas móveis (G1, 2018). Para concorrer com a Globo no mercado nacional de VoD, o Grupo Record lançou em agosto de 2018 o PlayPlus, uma plataforma agregadora de conteúdo que reúne a programação da RecordTV (ao vivo e sob demanda), produções exclusivas e conteúdos de parceiros, como ESPN, Fish TV, SuperToons e PlayKids.

Os serviços VoD, baseados na oferta de *players over-the-top*⁸ (OTT), deverão atingir US\$ 129 bilhões em receitas em todo o mundo até 2023. De acordo com a consultoria Digital TV Research, a Netflix e a Amazon ocuparão respectivamente a primeira e a segunda posição entre os serviços SVoD no mundo todo⁹. Porém, a maior taxa de crescimento estará em outros serviços de SVoD que, juntos, passarão de 177 milhões de assinantes, em 2017, para 322 milhões, em 2022.

Além competir com outros grandes *players* estadunidenses, como o Amazon Prime Video e a HBO Go, a Netflix tem que disputar espaço em quase 200 diferentes mercados de SVoD com o conteúdo local oferecido por serviços regionais de *streaming*, como Maxdome, (Alemanha), Canal Play Infinity (França), Sky Go (Reino Unido), Wuaki.tv (Espanha), Flimmit (Áustria), Pathé Thuis (Holanda), ProSiebenSat.1 (Suécia), Voyo (Bulgária), YouSee Play (Dinamarca), UniversCiné (Bélgica), O2 Videotéka (República Checa), Dkino (Eslovênia), TIMvision (Itália), iROKOTv (Nigéria), ShowMax (África do Sul), Spuul (Índia), Hooq (Cingapura), Blim (México), Foxtel Play (Austrália), ivi.ru (Rússia), iQIYI (China), Viki (Japão), Globoplay (Brasil), entre muitos outros.

Clímax: aquisição e produção de conteúdo

Desde o seu início, a Netflix apostou numa política de diversificação na aquisição de conteúdo, com maior variedade de títulos, ao invés de privilegiar lançamentos. A empresa adquiria filmes de pequenas distribuidoras e os títulos eram escolhidos cuidadosamente, pois os descontos eram ínfimos na compra de cada mídia.

Quando lançou seu serviço de *streaming*, em 2007, a Netflix encontrou duas forças, uma tecnológica e outra comercial, impedindo o desenvolvimento desse mercado de forma mais rápida. O tecnológico foi equacionado progressivamente, com o aumento da transmissão de dados em banda larga. Somado a isso, o conteúdo *on-line* da empresa aumentou seu alcance chegando em diferentes plataformas tecnológicas, de *Smart TVs* aos videogames. Em compensação, na área comercial, os estúdios de cinema estavam pouco dispostos a canibalizar seus negócios de distribuição já existentes. A exibição pela Internet de filmes, séries e programas de TV também enfrentava restrições, pois os direitos de transmissão *on-line* estavam nas mãos de poucas empresas. Um exemplo é o acordo de exclusividade assinado entre a HBO e a Warner Bros que limitava o acesso da Netflix e demais empresas do setor ao conteúdo do estúdio.

O primeiro catálogo da Netflix disponível para *streaming* contava com 1.000 títulos entre filmes, séries e programas de televisão da NBC Universal, Sony Pictures, MGM, 20th Century Fox, Paramount Pictures, Warner Brothers, entre outros. Tratava-se de uma pequena fração diante dos mais de 70.000 títulos que a Netflix oferecia para alugar em DVD e Blu-ray (HELFT, 2007).

Para aumentar seu acervo, em 2008, assinou um contrato com a Starz, detentora dos direitos de 2.500 filmes e séries dos estúdios Walt Disney e Sony Pictures. O acordo de quatro anos, pelo valor de US\$ 30 milhões, deu acesso à filmes relativamente recentes por meio de um novo serviço chamado Starz Play, sem custo adicional aos assinantes da Netflix.

O repositório da Netflix dispunha de cerca de 12 mil títulos *on-line* e 75 mil em DVD e Blu-ray, em 2009. No ano seguinte, com o objetivo de aumentar a oferta aos assinantes, a empresa investiu quase US\$ 900 milhões em um acordo de cinco anos com a Epix, detentora dos direitos de exibição das produções da Paramount Pictures, Lions Gate e MGM. O contrato, com duração de cinco anos, respeitava o prazo das tradicionais janelas de exibição: os filmes só podiam ser disponibilizados aos assinantes oito meses após a exibição nos cinemas e três meses após a veiculação na TV. Em 2012, a Starz não renovou o contrato com a Netflix com a finalidade de criar seu próprio serviço de *streaming*.

A primeira produção televisiva cuja produção teve financiamento da Netflix foi “Lilyhammer”, realizada nas seguintes condições: a empresa dividiu custos com a emissora norueguesa NRK1, que teve os direitos de estrear primeiro a série em sua grade (em janeiro de 2012), enquanto a Netflix só disponibilizou os episódios em fevereiro de 2012 (SACCOMORI, 2016, p.60).

A primeira série original da Netflix enquanto produção própria foi a retomada da comédia “Arrested Development” (FOX, 2003 – 2006), que estreou em 26 de maio de 2013. “House of Cards”, um produto totalmente novo, que teve sua produção anunciada depois da compra dos direitos de “Arrested”, acabou estreando antes, em 1 de fevereiro de 2013. Após o lançamento simultâneo de todos os 13 episódios da primeira temporada da série “House of Cards”, a produção se tornou um dos principais títulos do seu catálogo.

O sucesso foi tão grande que a empresa passou a investir em novas produções. De 2012 a dezembro de 2015, a Netflix assinou, no total, 85 produções, distribuídos da seguinte forma: 23 seriados de drama (11 originais, 2 *revivals* e 10 parcialmente originais), 10 comédias (8 originais, 1 *revival* e 1 parcialmente original), 16 documentários (originais), 3 animes (originais), 23 *stand-up comedy* (originais), 11 infantis e 3 filmes (originais)¹⁰ (SACCOMORI, 2016, p.63).

A Netflix recebeu 31 indicações ao Emmy Awards 2013, inclusive de melhor série dramática, melhor série de comédia e melhor documentário ou especial de não-ficção por “House of Cards”, “Orange is the New Black” e “The

10. De acordo com Saccomori (2016, p.62), a Netflix opera em três modelos de produção: os *revivals*, os conteúdos parcialmente originais e originais. Os *revivals* são seriados recuperados após o cancelamento ou ameaça de cancelamento, como ocorre com programas como “Arrested Development” e “The Killing”, entre outras. As produções parcialmente originais são realizadas em parceria com canais de TV, como “Lilyhammer”. E as produções originais são aquelas exclusivamente financiadas e produzidas pela Netflix sem ligações com outros conteúdos ou canais (exemplos como “House of Cards” e “Orange is the New Black”).

8. Atualmente o OTT é definido como a distribuição de conteúdo (grátis, pago, por *streaming download* etc.) por meio de plataformas IP (*Internet Protocol*), sem o envolvimento dos distribuidores tradicionais, como provedores de Internet, radiodifusores, operadores de telefonia ou de TV por assinatura. Ex.: serviços de comunicação (Skype, Viber, FaceTime, WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram etc.); de música (Spotify, Deezer, Apple Music, Tidal, Napster etc.); de audiovisual (Netflix, YouTube, Apple TV, Vevo, Amazon Prime Video, Globoplay etc.).

9. Fonte: Global Pay TV & OTT Trends. **Digital TV Research**. Middlesex, Reino Unido: 11 out. 2017. Disponível em: <<https://www.digitaltvresearch.com/ugc/press/217.pdf>>. Disponível em: 11 jul. 2018.

Square”, respectivamente. “House of Cards” venceu o Emmy em três categorias. De acordo com o seu *site* oficial, a Netflix é a primeira “rede de TV por Internet” indicada ao Emmy. Na premiação de 2018, recebeu 112 indicações, deixando a HBO em segundo lugar, com 108 indicações.

Após o pioneirismo da Netflix, outras plataformas de *streaming* também passaram a produzir seriados próprios. Segundo estudo da FX Networks Research, em 2017 foram exibidas aproximadamente 487 produções originais, contra 288 em 2012, um recorde para a indústria da televisão (incluindo canais abertos, TVs por assinatura, e serviços *on-line*, como a Netflix e a Amazon Prime Video). O número de produtos originais das empresas de *streaming* cresceu 680% nos últimos cinco anos, passando de 15 produções originais, em 2012, para 117, em 2017 (OTTERSON, 2018).

Muitos executivos do setor estão preocupados com a profusão continuada de conteúdo e preveem o mercado saturado em pouco tempo. Durante um evento na *Television Critics Association*, John Landgraf, presidente-executivo da FX Networks, fez duros comentários sobre a explosão de produções originais: “há muito tempo eu perdi a habilidade de acompanhar todas as séries de TV... mas, este ano, eu perdi a habilidade de manter um controle de todas as emissoras que estão neste negócio. Há simplesmente muita televisão!” (LITTLETON, 2015).

O orçamento da Netflix em programação, incluindo conteúdo original e licenciado, cresceu de US\$ 2,4 bilhões, em 2013, para US\$ 7 bilhões, em 2017. Acima de tudo, essa é uma estratégia de sobrevivência, pois o serviço *streaming* tem sofrido pressões dos grandes estúdios para a elevação dos preços na renovação dos contratos de licenciamento. Como alternativa, a empresa tem comprado produções originais de produtores independentes ou de pequeno porte, de diversas partes do mundo. Sua verdadeira aposta é que, quanto mais conteúdo original e de alta qualidade, seus clientes permanecerão fiéis.

Considerações finais

O *streaming* tem dominado os gastos com entretenimento nos Estados Unidos. Segundo o relatório do Digital Entertainment Group, em 2017 os consumidores estadunidenses gastaram US\$ 9,55 bilhões em assinaturas de serviços sob demanda (aumento de 31% em relação ao ano anterior), enquanto que as vendas de DVD e Blu-ray caíram 14%, para US\$ 4,72 bilhões (MCCOURT, 2018).

Tendo ultrapassado os maiores provedores de TV paga nos Estados Unidos em número de assinantes, a Netflix é hoje a fonte mais popular de conteúdo televisivo entre os consumidores norte-americanos. De acordo com pesquisa da Cowen & Co., 27% dos usuários preferem a Netflix em relação a qualquer outra plataforma, incluindo TV por assinatura e canais abertos. A popularidade da

Netflix é ainda maior entre os mais jovens, com quase 40% dos entrevistados entre 18 e 34 anos, considerando o serviço como sua plataforma de TV favorita. O YouTube ocupa a segunda posição entre o público jovem, com 17% de preferência (RICHTER, 2018).

Mesmo disponível em quase 200 países, a Netflix precisa enfrentar enormes obstáculos para continuar crescendo. Apesar do acesso à Internet e a banda larga ter avançado a passos largos em muitos mercados, mais da metade da população mundial – 53% ou 3,9 bilhões de pessoas – não tem acesso à Internet, de acordo com o estudo “ICT Facts and Figures 2016” da União Internacional de Telecomunicações.

Com a potencial universalização do acesso à rede e à banda larga (que pode demorar décadas, dependendo da situação política e/ou da economia de cada país), a tendência futura à médio prazo é que haja mudanças significativas na maneira de se consumir conteúdos audiovisuais.

Tão importante quanto a disseminação da banda larga é a questão da neutralidade de rede. Nos Estados Unidos, em 2017, a Comissão Federal das Comunicações (FCC) revogou a “Ordem da Internet Aberta de 2015” (*2015 Open Internet Order*) que enquadrava a Internet como um serviço de utilidade pública, como água ou telefonia, e decidiu que a banda larga fixa voltasse a ser classificada como “serviço de informação” e a Internet móvel, como “serviço de interconexão”. Classificadas dessa forma, as duas modalidades de conexão saem da esfera da FCC e passam a poder ser comercializadas de acordo com os interesses do mercado.

Com o fim da neutralidade, um conglomerado de mídia como a Comcast poderia limitar a velocidade de acesso ao HBO Now, que pertence à sua maior concorrente: AT&T. A Netflix e a Amazon Prime Video poderiam ser prejudicadas no envio de dados, durante a exibição de filmes, caso não façam alianças com provedores de Internet, por exemplo. Agora essas companhias poderão favorecer o tráfego de uns e direcionar todos os outros para uma rota mais estreita e lenta.

Outra possível dificuldade para a Netflix é a concorrência com os SVoD locais. Existem muitos serviços de nicho e a tendência é de crescimento. Segundo pesquisa da Digital TV Research, em 2022 os outros serviços SVoD terão, juntos, 58,8% do mercado mundial, seguidos pela Netflix, com 23,9%, e pela Amazon Prime Vídeo, com 17,1%.

O modelo de negócios em relação à produção das séries também pode ser um risco e causar prejuízos à empresa. As emissoras de TV sempre realizaram programas pilotos para aferir a receptividade do público e, só então, filmar a série. O método de disponibilizar uma temporada completa, de uma vez só, sem testar a audiência, fez a Netflix colecionar alguns fracassos, como as séries “Marco Polo”, “The Get Down”, “The Ranch”, entre outras.

A Netflix adicionou 24 milhões de assinantes em 2017, aumentando a receita em 36% para mais de US\$ 11,6 bilhões. Mas os ganhos anuais da companhia continuam muito aquém dos US\$ 84,5 bilhões arrecadados pela Comcast e dos R\$ 55,1 bilhões alcançados pela Disney (SHAW, 2018). Ao investir US\$ 8 bilhões em licenciamento e produção de cerca de 700 obras originais para atrair novos espectadores, a Netflix está provocando preocupações entre alguns analistas. A previsão é que o caixa da empresa fique negativo entre US\$ 3 bilhões e US\$ 4 bilhões, em 2018. Os investidores perdoam a queima de capital desde que a empresa continue crescendo.

Quanto maior é a oferta, mais difícil fica a disputa pelo tempo do cliente e pelo share of wallet (fatia de gastos). Num dia de 24 horas (em que se supõe dormir 8h e trabalhar 8h), são cada vez mais raros os momentos de lazer. O tempo possui valor mercantil, e as empresas que buscam conquistar o tempo do consumidor estão competindo umas com as outras. O bolso do usuário é finito. Quantos serviços de *streaming* ele estaria disposto a assinar mensalmente? Reformulando a questão: quanto ele “tem” para gastar? A velocidade dos números e o crescimento progressivo indicam que o SVoD ainda vai trazer muitas surpresas à indústria da televisão.

Referências

- Digital TV Research, 2017. Disponível em: <<https://www.digitaltvresearch.com/ugc/press/217.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- FUCS, Jose. **Reed Hastings: “A internet não ameaça a TV”**. Época. São Paulo: Editora Globo, 30 mar. 2012. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/ideias/noticia/2012/03/reed-hastings-internet-nao-ameaca-tv.html>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- G1. Aplicativo Globo Play para App Store é ampliado. São Paulo: 22 jan. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/aplicativo-globo-play-para-app-store-e-ampliado.ghtml>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- GRAHAM, Jefferson. Video websites pop up, invite postings. **USA Today**. Los Angeles, 2005. Disponível em: <https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites_x.htm> Acesso em: 11 jul. 2018.
- GRINAPOL, Corinne. **Reed Hastings and Netflix**. New York: The Rosen Publishing Group, 2014.
- HELFT, Miguel. Netflix lives, but first act is proving hard to follow. *Technology & Media*. International Herald Tribune. **The New York Times**. 16 jan. 2007. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2007/01/15/technology/15iht-netflix.4211761.html>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- ICT facts and figures 2016. **International Telecommunication Union**. Geneva: jun. 2016. Disponível em: <<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- LEMOS DA SILVA, Dirceu. **Tela de Babel: historicidade e transições no mercado audiovisual**. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.
- LITTLETON, Cynthia. FX Networks Chief John Landgraf: ‘There Is Simply Too Much Television.’ **Variety**. 07 ago. 2015. Disponível em: <<http://variety.com/2015/tv/news/tca-fx-networks-john-landgraf-wall-street-1201559191/>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- MCCOURT, J. DEG year end 2017 home entertainment report. **The Digital Entertainment Group**. 9 jan. 2018. Disponível em: <https://degonline.org/wp-content/uploads/2018/01/EXTERNAL_2017_Q4_DEG-Home-Entertainment-Yearend_Report-v2.pdf> Acesso em: 11 jul. 2018.
- NETFLIX. **2017 Annual Report**. Califórnia, EUA: 29 jan. 2018. Disponível em: <https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/annual_reports/0001065280-18-000069.pdf> Acesso em: 11 jul. 2018.
- NETFLIX IR. Q417. **Letter to shareholders**. Quarterly Earnings. Califórnia, EUA: 22 jan. 2017. Disponível em: <<https://ir.netflix.com/static-files/0c060a3f-d903-4eb9-bde6-bf3e58761712>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- NETFLIX MEDIA CENTER. **A Netflix está agora disponível no mundo todo**. 06 jan. 2016. Disponível em: <https://media.netflix.com/pt_br/press-releases/netflix-is-now-available-around-the-world> Acesso em: 11 jul. 2018.
- OTTERSON, Joe. 487 Scripted series aired in 2017, FX Chief John Landgraf Says. **Variety**, 5 jan. 2018. Disponível em: <<https://variety.com/2018/tv/news/2017-scripted-tv-series-fx-john-landgraf-1202653856/>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- RICHTER, Felix. Netflix is american’s platform of choice for TV content. **Statista**. New York, 05 jul. 2018. Disponível em: <<https://www.statista.com/chart/14559/americans-favorite-tv-platforms/>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- SÁ, Nelson de. ‘A Netflix encomenda, aqui na Globo temos estúdio’, diz diretor da emissora. **Folha de S. Paulo**. Rio de Janeiro, 12 abr. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/04/1874746-a-netflix-encomenda-aqui-na-globo-temos-estudio-diz-diretor-da-emissora.shtml>> Acesso em: 11 jul. 2018.
- SACCOMORI, Camila. **Práticas de binge-whatching na era digital: Novas experiências de consumo de seriados em maratonas no Netflix**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. 246p.

SANDVINE. Global Internet Phenomena Report 2H 2013. **Sandvine Intelligent Broadband Networks**. Disponível em: <<https://www.sandvine.com/hubfs/downloads/archive/2013-2h-global-internet-phenomena-report.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2018.

SHAW, Lucas. Netflix briefly tops Disney Market Value. **Bloomberg**, 24 mai. 2018. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-05-24/netflix-tops-disney-market-value-becoming-no-1-media-stock>> Acesso em: 11 jul. 2018.

STATISTA. Netflix's net income from 2000 to 2017 (in million U.S. dollars). **Statista**: The Statistics Portal. New York, 2018. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/272561/netflix-net-income/>> Acesso em: 11 jul. 2018.

A distinção social pela alimentação: um estudo sobre o fetiche do produto saudável no jornalismo de TV e no cotidiano do público

Jeferson Bertolini

*Doutor em Ciências Humanas (UFSC)
Email: jefersonbertolini@gmail.com*

Este artigo apresenta resultados de pesquisa sobre o fetiche acerca dos alimentos saudáveis e de outros produtos apresentados na TV brasileira como garantidores de saúde. O objetivo é mostrar (a) como esses produtos são apresentados em programa de jornalismo de TV sobre saúde e bem-estar e (b) como o público, entendido aqui como um conjunto heterogêneo de indivíduos expostos a esses programas de maneira direta ou indireta, percebe o fetiche da mercadoria. O trabalho usa análise de conteúdo de programa de TV e observação participante em supermercado e academia de ginástica. O manuscrito conclui que programas de TV sobre saúde criam um fetiche acerca do produto saudável, e que o produto saudável pode seduzir, frustrar e distinguir cidadãos. **Palavras-chave:** Televisão. Saúde. Fetiche. Corpo.

Social distinction for food: a study about healthy product fetish in TV journalism and in the daily life of the public

This article presents research on the fetish about healthy products. The goal is to know how these products are presented in health TV program and how the public, understood as a heterogeneous set of individuals, perceives the fetish of the commodity. The work uses TV program content analysis and participant observation in supermarket and fitness center. The manuscript concludes that health TV programs create a fetish about healthy product and that healthy product seduces, can frustrate and distinguish citizens.

Keywords: Television. Health. Fetish. Body.

La distinción social por la alimentación: un estudio sobre el fetiche del producto sano en el periodismo de TV y en el cotidiano del público

Este artículo presenta resultados de investigación sobre el fetiche acerca de los productos saludables. El objetivo es mostrar cómo estos productos se presentan en un programa de televisión sobre salud y bienestar y cómo el público, entendido aquí como un conjunto heterogéneo de individuos expuestos a esos programas de manera directa o indirecta, percibe el fetiche de la mercancía. El trabajo utiliza análisis de contenido de programa de televisión y observación participante en supermercado y gimnasio. El manuscrito concluye que programas de televisión sobre salud crean un fetiche acerca del producto sano y que el producto sano seduce, puede frustrar y distingue a ciudadanos.

Palabras clave: Televisión. Salud. Fetiche. Cuerpo.

Introdução

Este artigo apresenta os resultados de um estudo sobre o fetiche provocado pelos alimentos e por outros produtos mostrados na TV brasileira como saudáveis. Buscou-se saber (a) como esses produtos são apresentados em programa de jornalismo de TV sobre saúde e (b) como o público, entendido aqui como um conjunto heterogêneo de indivíduos expostos a esses programas de maneira direta ou indireta, percebe o fetiche da mercadoria.

No Brasil, o jornalismo de TV começou a dar espaço a programas e quadros sobre saúde em 2000, quando o médico Drauzio Varella iniciou parceria com o dominical *Fantástico*, da *Rede Globo*, apresentando a série *Viagem ao corpo humano*. A aceitação foi tamanha que, em 2011, a emissora criou um programa jornalístico diário para tratar do tema, o *Bem Estar*.

Em definição clássica, fetiche é um elemento do modo de produção capitalista; é aquilo que adere aos produtos fabricados pelo ser humano assim que são produzidos como mercadoria. “Esse caráter fetichista do mundo das mercadorias provém do caráter social peculiar do trabalho que produz mercadorias” (Marx, 2013, p. 199).

Neste trabalho, o termo fetiche se refere a uma incitação ao consumo pela TV ou a um *desejo estimulado de consumo*, também via TV. No caso da alimentação, o fetiche está nos alimentos que prometem manter, conquistar ou ampliar a saúde (a pessoa sente vontade de comer o alimento saudável não pelo gosto, mas por aquilo que promete fazer à sua saúde).

O fetiche do alimento saudável e de outros produtos apresentados na TV como benéficos à saúde (como meias que aumentam a circulação sanguínea, roupas que protegem contra o sol etc.) está para o indivíduo que cuida da saúde como um material escolar novo está para uma criança (há, frequentemente, a ilusão de que a novidade poderá fazê-la ir bem nas aulas) ou como um equipamento esportivo novo está para um atleta amador (há, frequentemente, a ilusão de que poderá aumentar seu desempenho nos treinos ou competição).

Este trabalho procura apontar o fetiche do produto saudável no discurso da TV (por isso usa análise de conteúdo; o objeto de estudo é o programa *Bem Estar*, da *Rede Globo*) e anotar o fetiche no cotidiano do público (por isso usa observação participante; os locais escolhidos foram supermercado e academia de ginástica, onde as pessoas pensam a saúde pela alimentação e pela atividade física).

O objetivo destas técnicas não é um estudo de audiência, no formato clássico. Não se procura apurar se o que é dito pela TV influencia o público. Apenas se observa no público a mesma categoria analisada na TV.

Embora não busque medir a influência da mídia, este trabalho observa (a) que mesmo as camadas da população não expostas a ela de maneira direta são

tocadas de maneira indireta, via amigos, família etc. “Os processos de comunicação sofrem a influência dos meios de comunicação de massa, seja de modo direto, seja em maior escala através dos líderes de opinião” (Habermas, 1978, p. 197); também observa (b) que meios de comunicação de massa como a TV exercem alguma influência na audiência, e que esta influência pode refletir nos hábitos de compra e consumo. “As influências dos veículos de massa ainda se acham incompletamente compreendidas. Todavia, parece claro a esta altura que eles influenciam suas audiências e a sociedade como um todo” (Defleur; Ball-Rockeach, 1993, p. 17).

Este é um estudo interdisciplinar. Associa temas da Filosofia, da Sociologia, da Antropologia, da Psicologia e de outras ciências humanas à Comunicação Social. A interdisciplinaridade “é uma estratégia eficiente para a compreensão, interpretação e explicação de temas complexos” (Minayo, 2010, p. 441). É “um conceito que invocamos sempre que nos defrontamos com um problema cujo princípio de solução exige o consumo de múltiplas e diferentes perspectivas” (Pombo, 2007, p. 7).

O texto está dividido em quatro seções. A primeira detalha a metodologia do estudo. A segunda traz a análise de conteúdo do programa *Bem Estar*, escolhido como objeto de estudo. A terceira apresenta frases extraídas de conversas com alunos de academia e clientes de supermercado durante observação participante (representam o que aqui é chamado de público). A quarta traz breves apontamentos bibliográficos sobre a distinção social pelo alimento.

O manuscrito conclui que programas de TV sobre saúde criam um fetiche acerca do produto saudável. Também conclui que, entre o público, o produto saudável seduz, pode frustrar e distinguir.

Metodologia

A *análise de conteúdo* foi aplicada ao programa *Bem Estar*, da *Rede Globo*, o primeiro da TV brasileira sobre saúde e bem-estar. Foram analisados 81 programas (33,19% dos exibidos em 2016). Escolheu-se o primeiro mês cheio de cada uma das quatro estações do ano.

Este estudo adota o modelo de análise de conteúdo proposto por Bardin (2010). “A análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplica a discursos extremamente diversificados. Ela absolve e cauciona o investigador pela atração pelo escondido, o latente, o não aparente” (Bardin, 2010, p. 7).

Uma das principais características dessa técnica de pesquisa, que se expandiu nos Estados Unidos a partir de 1915 para investigar mensagens embutidas no discurso do jornalismo e da publicidade, é o conhecimento baseado na dedução ou inferência.

O programa *Bem Estar* foi criado em fevereiro de 2011 pela *Rede Globo*, a maior emissora do país. É apresentado de segunda à sexta-feira, ao vivo, entre 10h e 10h45, com o argumento de “ajudar o público a levar uma vida mais saudável”.

O programa está na grade de produtos jornalísticos da emissora. É apresentado por dois jornalistas, que adotam a sobriedade do jornalismo ou a informalidade do entretenimento, de acordo com o tema em destaque. Eles contam com a participação de sete médicos consultores (pediatra, psiquiatra, ginecologista, dermatologista, oftalmologista, cardiologista e ortopedista), que participam ao vivo, em sistema de revezamento, de acordo com a pauta.

A observação participante em supermercado e academia de ginástica foi feita na Grande Florianópolis. Trata-se da região mais populosa de Santa Catarina, o Estado reconhecido pelos índices de qualidade de vida. O supermercado foi escolhido porque é o local onde as pessoas compram o que vai alimentar a família e a academia por ser um dos locais onde as pessoas treinam o corpo.

No supermercado, a observação foi feita em visitas diárias, cada uma de 45 minutos, durante 90 dias, em 2016. Elas resultaram em 320 “situações” observadas (situações englobam diálogos entre pesquisador e pesquisado e diálogos entre pesquisados). O procedimento adotado foram conversas com clientes: o autor deste trabalho, no papel de um consumidor comum, conversou com clientes sobre as expectativas deles em relação aos produtos; por que escolheram os itens que estavam na cesta; quais produtos gostariam de levar e não levaram etc.

Na academia, a observação também foi feita durante três meses, em 2016. Foram 78 visitas, cada uma com duração entre 45 e 75 minutos. Elas resultaram em 250 “situações” observadas. Matriculado como aluno regular, o autor deste estudo treinou com outros alunos, de diferentes idades e classes sociais, procurando saber o que pensam sobre saúde, alimentação, cuidado com o corpo, vaidade, disciplina e afins. As conversas também envolveram instrutores e sócios da academia.

A *observação participante* é uma técnica etnográfica, sendo frequentemente equiparada à etnografia (Restrepo, 2010, p. 12). Esta técnica consiste no contato direto do pesquisador com o fenômeno observado, para obter informações sobre a realidade dos atores sociais em seu próprio contexto. “A ideia é que, mediante sua presença, o pesquisador pode observar e registrar, de uma posição privilegiada, como as coisas são feitas, quem as realiza, como e onde”. “Ser testemunha do que as pessoas fazem permite ao pesquisador compreender, em primeira mão, dimensões fundamentais daquilo que lhe interessa da vida social” (Restrepo, 2010, p. 12).

O fetiche no *Bem Estar*: resultados da pesquisa na TV

O programa *Bem Estar* não faz publicidade direta de produtos ligados à saúde, embora seja comum ver anunciantes desse segmento em seus três intervalos diários. Mas o programa acaba por estimular a compra de produtos considerados benéficos à saúde. Isso ocorre de maneira implícita, quando se diz que açúcar mascavo é mais saudável que açúcar branco; quando se afirma que óleo de coco é menos gorduroso que óleo de soja; quando um entrevistado conta que emagreceu comendo chia ou queijo branco; quando se diz que o uso de roupas com filtro solar previne o câncer de pele; quando se indica que meias compressoras aumentam o rendimento nas caminhadas etc.

O fetiche está no fato de, indiretamente, a saúde ser colocada nas novidades das indústrias farmacêutica e de diagnóstico, bem como em outros produtos e serviços do comércio ligados à saúde. Muitas vezes, tem-se a impressão de que a solução para males do corpo está na compra.

No programa, *o caráter fetichista pode aparecer no equipamento médico novo, ou no produto que nos salva*: “Muitos pacientes acabam falecendo de aneurisma sem ter diagnóstico”, diz médico após apresentar máquina recém-chegada ao Brasil que identifica a doença (14/10, ao vivo de Brasília); “O que a gente pensa ao ver este mapa é usar [comprar] repelente”, diz médico ao apresentar mapa assustador, com pontos marcados em vermelho, sobre a zika em São Paulo (26/10, sobre risco de comer carne sangrando); “Ela [personagem] ficava no quarto escuro para passar a dor de cabeça. Agora está boa, graças ao uso de toxina botulínica”, diz repórter sobre mulher que voltou a ter vida normal “graças ao remédio” (20/01, sobre dor de cabeça).

O fetiche também *pode ser apresentado como aquilo que nos protege*: “Se você tem dúvida [sobre a água no destino de férias] compre água mineral com tampa lacrada”, diz infectologista (07/01, sobre segurança na viagem de férias); “É bom comprar sabonete específico”, diz dermatologista ao comentar que “o sabonete deve ser comprado de acordo com cada tipo de pele” (19/01, sobre câncer de pele).

O produto fetichista pode melhorar nossa vida: “A troca do sal branco por sal rosa já vem dando resultado. O corpo dela está menos inchado”, diz repórter sobre mulher que emagreceu ao trocar produtos “normais” por produtos “saudáveis” (27/07, sobre antidepressivo); “O antidepressivo não vicia, não causa dependência. Ele pode ajudar em outras doenças”, diz psiquiatra (27/07).

Há *sempre o interesse pelo lançamento*: “As estatinas [remédio para baixar o colesterol] estão aí há muito tempo: tem alguma novidade?”, pergunta a apresentadora Mariana Ferrão. “Tem medicações já lançadas nos EUA. Ano que

vem começam a ser vendidas no Brasil”, responde médico (04/10, sobre gene da doença); “Novo remédio”, anuncia mensagem exibida em tela quando convidados falam do Alirocumab (25/10, sobre colesterol); “Liraglutida é um novo remédio para emagrecer”, diz texto de reportagem (31/10, sobre diabetes).

Os telespectadores parecem reagir de acordo: “Melhorou o meu bem-estar, já que tanto eu quanto a minha família podemos ter uma vida melhor. Agora eu sinto o sabor do vinagre”, diz mulher que passou a comprar sal do Himalaia (19/07, sobre problemas na boca que afetam o coração); “Eu era desanimada, não tinha vontade de nada. Eu chegava a tomar 25 analgésicos por mês. Agora faço tratamento com três remédios e antidepressivo. Hoje eu estou feliz, tenho vontade de fazer as coisas, saio com a minha filha”, diz mulher que toma antidepressivos para tratar enxaqueca (27/07).

O fetiche no cotidiano do público: resultados da pesquisa com o público

A observação participante com clientes de supermercado e alunos de academia mostra que produtos e serviços que se apresentam como garantidores da saúde ou da boa forma exercem atração no público. Há um aparente encanto com o novo, com aquilo que promete resultados rápidos e com aquilo que “todo mundo está levando”.

No discurso midiático, como visto a partir do exemplo do programa *Bem Estar*, o fetiche está no fato de produtos e serviços aparecerem como novidade, como aquilo que fora descoberto para assegurar nossa saúde e que por isso pode nos proteger e até nos salvar. Há uma espécie de esperança na mercadoria.

Entre os observados, nota-se que o *fetiche interfere nas decisões de compra*: “Vi na televisão que é bom para o intestino”, diz mulher que, ao lado do marido, procura pão com semente de girassol; “É mais caro, mas se é bom para a saúde, a gente compra”, diz mulher madura, diabética e cardíaca, sobre o adoçante Stevia, que custa oito vezes mais que o produto normal; “A gente viu [na televisão] que é mais saudável. Por isso está comprando”, diz casal de idosos sobre o sal marinho, que custa o triplo do comum; “Este mês vou levar para experimentar. O preço não está bom, mas dizem que é bom”, diz mulher madura sobre pasta de amendoim, uma das novidades da indústria da saúde.

Como existe um mercado disposto a pagar, *percebe-se um incessante lançamento de produtos saudáveis*: “É uma aveia sem glúten. É a primeira do mercado”, diz promotor da Jasmine sobre novo produto da marca; “É lançamento. É um sabor novo. Leva mamão e laranja. É mais funcional”, diz promotora de vendas da marca Nesfit sobre biscoito integral; “É um leite rico em vitamina e sais minerais. Tem 33% menos gordura”, diz promotora ao oferecer ao autor

deste estudo um novo tipo de leite Ninho; “Sim, é moda”, diz operadora de caixa de supermercado quando perguntada se percebe que os clientes têm comprado mais produtos saudáveis.

Este estudo encontrou, em todas as visitas ao supermercado, algum produto ligado à saúde com a etiqueta “novidade”. Exemplos: pão de canela e cacau, gordura de coco, *wafers* integral, bisnaguinha integral, bolacha maisena integral, bolo zero açúcar, sal moído iodado, chá de fruta com baixa caloria. A quantidade de lançamentos é tamanha que se presenciou a promotora da Bauducco reclamando da falta de espaço: “É tanta coisa [saudável] chegando que não tenho mais lugar para colocar”, disse ela à promotora de outra marca.

Na expectativa de fisgar o cliente pelo viés saudável, o *fetiche altera os rótulos dos produtos*. Se antes o pote de margarina estampava uma família vestida de branco caminhando na praia, agora destaca o percentual de lipídios e a ausência de sal; se o litro de leite mostrava uma vaquinha simpática ou uma mulher de dentes brancos bebendo um copo de leite na varanda da fazenda, agora destaca a taxa de gordura.

Assim, para citar alguns exemplos, a embalagem da tapioca verde, uma das novidades da indústria da saúde, destaca que o produto “aumenta a saciedade” e “reduz níveis de colesterol e gordura”. A embalagem da tapioca de batata doce, do mesmo fabricante, diz que o produto “ajuda a ganhar massa muscular”. A embalagem do iogurte Ninho destaca o slogan “pensado para a sua natureza” e indica que o produto tem “60% menos gordura”.

Entre os observados, *nota-se um efeito cascata no fetiche*: aquele que leva um produto saudável tende a comprar outro da mesma linha na próxima compra: “Leva aquela geleia também”, diz jovem aos pais. Eles haviam comprado pasta de amendoim por R\$ 14,98. Como estavam satisfeitos com o produto, decidiram ampliar a quantidade de saudáveis na geladeira e levaram também um pote de geleia sem açúcar por R\$ 17,98; “De nada adianta levar um pão bom [saudável] se o queijo for gordo. Se é pra ser saudável, que seja tudo saudável”, diz mulher ao marido durante as compras.

Entre os que não podem pagar pelo produto saudável, *percebe-se um sentimento de frustração*: “Eu queria levar porque não posso comer nada com açúcar. Mas está muito caro”, diz mulher diabética que procurava iogurte diet; “Todo mundo diz que é bom, mas está caro demais. Não dá para levar”, diz mulher sobre gordura de coco, cujo pote custa R\$ 14,98; “Ser saudável custa caro”, constata homem ao comprar cenoura orgânica.

Ante a exclusão, *vê-se nascer um mercado paralelo do saudável*. Trata-se de um mercado que vende produtos similares: “Este integral não é de verdade. Só colocam uma corzinha escura, mas a farinha não é integral. Olha a preço. Se fosse integral custaria mais caro”, diz mulher jovem à amiga sobre pão; “Tem muita

coisa que é de mentira. O pão aqui custa R\$ 5. Numa loja de produto natural custa R\$ 11. Achas que o nosso é integral?”, pergunta ao autor deste estudo a operadora de caixa de supermercado; “Esta manteiga é falsa, por isso custa este preço (R\$ 8,78). A manteiga de verdade custa mais de R\$ 11”, diz mulher ao autor deste trabalho; “É por isso que este azeite custa menos da metade. Não é azeite de oliva puro. Tem óleo de soja junto. Mas só vai saber quem lê aqui atrás [no rótulo]”, diz homem sobre um dos produtos saudáveis mais comprados pelos observados.

Diante de tantas novidades, *há clientes que ficam desorientados na escolha e perdem a noção do que é realmente saudável*: “Muita gente fica perdida e acaba não sabendo o que levar”, diz promotor de vendas sobre torradas (havia 15 variedades na prateleira); “Qual é melhor? O mascavo, o orgânico ou o integral?”, pergunta ao autor deste estudo homem que comprava açúcar; “Todo mundo fala que é bom pra saúde. Eu vou levar”, diz mulher, magra e adulta, sobre a Coca-Cola Stevia (na verdade, não faz bem; promete não fazer mal).

Na *academia também há fetiche*. Nota-se isso nos produtos que prometem mais rendimento na hora do exercício (como meias que ajudam na circulação do sangue), nos próprios itens de treino (como tênis com molas, calças colantes, luvas), nos produtos relacionados (como roupas para trilhas e mochilas) e na alimentação (há uma variedade de complexos vitamínicos, chás emagrecedores e afins).

A distinção social pelo alimento: apontamentos bibliográficos

Nesta sessão, dá-se enfoque à alimentação, pois o alimento é o mais importante entre todos os produtos fetichistas. Diz-se, com base em bibliografia e nas observações de campo, que aquilo que se come para nutrir o corpo distingue os indivíduos, assim como o grau de instrução, a classe social e outros recortes. Pois, em termos de alimentação, “a distinção social passa pelo gosto” (Carneiro, 2003, p. 1).

Para Contreras e Gracia (2011), “as pessoas podem ser socialmente identificadas e classificadas segundo o que comem, da mesma forma como são identificadas e construídas por meio da comida”. Historicamente, dizem os autores, a alimentação esteve ligada ao prestígio social e ao status. Os diferentes modos de se alimentar podem ser um meio de afirmar o próprio status diante dos demais e, inclusive, de adquirir prestígio. “O desejo de promoção social manifestado por meio de adoção de alimentos, de pratos e de maneiras à mesa inspirados naqueles de uma categoria social considerada superior e que se pretende imitar ou à qual se pretende igualar constitui um dos motores mais poderosos das transformações da alimentação” (Contreras; Gracia, 2011, p. 211).

No caso específico da alimentação, a comida aparece como ponto de distinção já na Idade Média. “Farinha e vegetais constituem o regime alimentar comum dos camponeses mais humildes. O pão é considerado mais de acordo com o nível e a atividade dos trabalhadores. Carnes ovinas e, de preferência, bovinas, enfeitam as mesas dos ricos. A carne também é associada ao poder, à força, aos músculos” (Le goff; Truong, 2006, p. 137).

Até hoje os alimentos representam uma forma de distinção: aqueles que simplesmente saciam a fome parecem mais compatíveis com as camadas populares, ao passo que os alimentos saudáveis, que prometem nutrir sem engordar, parecem combinar mais com as classes economicamente superiores. “Os gostos alimentares dos membros das classes superiores que buscam alimentos saudáveis e leves, legumes verdes, carnes grelhadas ou saladas, os alimentos de regime que nutrem sem engordar, são motivados em grande parte pela vontade de manter-se em forma, evitar a gordura ou a celulite, de permanecer magro ou emagrecer” (Boltanski, 2004, p. 158).

A valorização da magreza “cresce quando se passa das classes populares às classes superiores, ao mesmo tempo que cresce a atenção dada à aparência física e que decresce correlativamente à valorização da força física”, de maneira que “dois indivíduos de mesma corpulência serão considerados como magros nas classes populares e gordos nas classes superiores” (Boltanski, 2004, p. 158).

Na esteira do saudável e do belo, observa-se o crescimento de um mercado de produtos e de serviços ligados ao corpo. Os que podem pagar pelas comodidades também se distinguem dos demais. “O corpo torna-se a ocasião ou mesmo o pretexto para uma quantidade sempre crescente de consumos” (Boltanski, 2004, p. 166).

Para Cenevacci (1988, p. 131), “as distinções de classe e das várias frações de classe, além das diversas subculturas, em vez de enfraquecerem-se, se reforçam e se complicam: novos minissímbolos devem ser descobertos para manter as diferenças, e o corpo serve perfeitamente para isso”. Isso conduz a uma cultura de consumo. “A cultura do consumo é uma cultura da comunicação visual, cuja relativa autonomia não está em fugir de outras determinações quanto em estabelecer hierarquias e diferenças de gosto e de identidade” (Cenevacci, 1988, p. 132).

Considerações finais

A análise de conteúdo mostra que o programa *Bem Estar* não objetiva vender produtos ligados à saúde, como alimentos ricos em ômega 3, remédios recém-lançados pela indústria farmacêutica ou novos equipamentos médico-hospitalares.

Entretanto, esta técnica de pesquisa permite apontar que a atração da *Rede Globo*, exibida diariamente, ao vivo, indiretamente estimula a compra de produtos e serviços considerados benéficos à saúde.

Tal estímulo ocorre de maneira implícita, quando médicos convidados e jornalistas do programa dizem qual o melhor tipo de açúcar, qual o sal mais indicado à saúde, qual o melhor tipo de óleo para preparar a comida etc. Também aparece via entrevistados, quando estes afirmam que melhoraram de determinado mal comendo este ou aquele alimento, usando este ou aquele produto, fazendo este ou aquele tratamento.

O fetiche está no fato de, indiretamente, a saúde ser colocada entre as novidades das indústrias farmacêutica e de diagnóstico, bem como em outros produtos e serviços do comércio ligados à saúde. Muitas vezes, tem-se a impressão de que a solução para males do corpo está na *compra*.

A observação participante, por sua vez, mostra que o produto saudável parece exercer um tipo de sedução entre os observados: costuma-se acreditar que a saúde e a boa forma podem ser atingidas ou mantidas via mercadoria, por isso nota-se um desejo de compra.

Neste cenário, os consumidores parecem se dividir em dois grupos: aqueles que desejam consumir o produto saudável, mas por causa do preço elevado não podem pagar por ele; e aqueles que podem levá-lo para casa sem dificuldades.

No primeiro grupo, a observação mostra que a privação da compra pode gerar certa frustração. Para essa parcela, como consolo, surge uma espécie de mercado clandestino do saudável; ele nasce para satisfazer o desejo de compra, mas pode corromper as expectativas do cliente por vender similares em vez de saudáveis. Assim, bebida láctea vira iogurte, óleo de salada vira azeite de oliva, margarina sabor manteiga vira manteiga etc.

No segundo grupo, a observação mostra que o acesso às compras pode trazer uma sensação de distinção. Para essa parcela, como sinal de status, nota-se um mercado crescente, que cobra mais caro e cria uma versão saudável para quase todos os produtos.

Nos dois casos, nota-se o apelo da *propaganda* e a *necessidade de consumo*.

A *propaganda*, diante da preocupação emergente com o corpo, tem explorado o viés saudável de cada produto. Prova disso são as embalagens. Elas deixam de anunciar o produto em si e passam a destacar sua contribuição à saúde. “Enquanto antigamente só se podia comer comida, hoje há milhares de outras substâncias comestíveis com aparência de comida no supermercado”. “Esses novos produtos da ciência da alimentação vêm, muitas vezes, em embalagens cobertas de alegações quanto aos benefícios que trazem para a saúde”. “Quem se preocupa com a saúde provavelmente deveria evitar produtos que fazem alegações quanto a benefícios para a saúde. Por quê? Porque uma alegação desse tipo num produto alimentício é a forte indicação de que não se trata de fato de comida, e comida é o que se deseja comer” (Pollan, 2008, p. 10).

A propaganda estimula o consumo por que “uma das funções da propaganda é o reforço dos desejos e inclinações sociais dos consumidores”. “A exigência de não ficar para trás dos Silva, de guiar o carro maior ou mais novo e de equipar a própria casa com os engenhos mais recentes não é um resultado imediato da propaganda; ela está determinada pelo clima social reinante. A propaganda, contudo, intensifica essas coerções sociais e facilita a sua satisfação” (Baran; Sweezy, 1978, p. 210).

A *necessidade de consumo*, pelo menos de um ponto de vista crítico da mídia, pode ser estimulada entre o público. Diante da preocupação emergente com o corpo, a bola da vez é o produto saudável. “É pela alta taxa de desperdício, e pela decrescente distância temporal entre o brotar e o murchar do desejo, que o fetichismo da subjetividade se mantém vivo e digno de crédito, apesar da interminável série de desapontamentos que ele causa” (Baumann, 2008, p. 31).

Nesse cenário, aquele que pode consumir parece exercer uma forma de distinção. “As diferenças primárias, que estabelecem a distinção entre as grandes classes de condições de existência, encontram sua origem no volume global do capital (capital econômico, capital cultural e capital social) como conjunto de recursos e poderes utilizáveis”. “As diferentes classes distribuem-se, assim, desde as mais providas, a um só tempo, em capital econômico e cultural, até as mais desprovidas nestes dois aspectos” (Bourdieu, 2008, p. 107).

Na perspectiva do autor, o corpo é um instrumento de distinção entre classes. “O corpo é a objetivação mais irrecusável do gosto de classe, manifestado sob várias maneiras” (Bourdieu, 2008, p. 179). A apresentação de si (cada classe tende a portar-se de maneira diferente), o esporte (cada classe tende a ter interesses na atividade física) e a alimentação (cada classe tende a ter hábitos de consumo diferentes) também são formas de distinção de classes.

Referências

- BARAN, P.; SWEEZY, P. **Teses sobre a propaganda**. In: COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. 4. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010
- BAUMAN, Z. **Vidas para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias; tradução de Carlos Alberto Medeiros**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008
- BOLTANSKI, L. **As classes sociais e o corpo**. 3. ed. tradução de Regina Machado. São Paulo: Paz e Terra, 2004
- BOURDIEU, P. **Distinção: crítica social do julgamento**; tradução de Daniela Kern. São Paulo: Edusp, 2008
- CANEVACCI, M. **Antropologia da comunicação visual**; tradução de Julia

- Polinésio e Vilma de Souza. São Paulo: Brasiliense, 1988
- CARNEIRO, H. **Comida e sociedade**: uma história da alimentação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003
- CONTRERAS, J.; GRACIA, M. **Alimentação, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011
- DEFLEUR, Melvin. BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de massa**; tradução de Otávio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993
- HABERMAS, J. **Comunicação, opinião pública e poder**. In: COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. 4. ed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1978
- LE GOFF, J.; TRUONG, N. **Uma história do corpo na Idade Média**; tradução de Marcos Flamino Peres. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006
- MARX, K. **O caráter fetichista da mercadoria e seu segredo**. O capital: crítica da economia positiva. São Paulo, Boitempo, 2013
- MINAYO, M. C. de S. **Disciplinaridade, Interdisciplinaridade e Complexidade**. In: Revista Emancipação. Ponta Grossa, 2010
- POMBO, O. **Epistemologia da Interdisciplinaridade**. Conferencia proferida no Colóquio Interdisciplinaridade, Humanismo e Universidade, promovida pela Cátedra Humanismo Latino. Porto, 2007
- POLLAN, M. **Em defesa da comida**; tradução de Adalgisa Campos da Silva. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008
- RESTREPO, E. **Técnicas etnográficas**. In: Especialización en Métodos y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Fucla, 2010

De elos bem fechados: o pragmatismo e a semiótica peirceana como fundamentos para a tecnologia blockchain utilizada no combate às fake news

Anderson Vinicius Romanini

Professor da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/ USP. vinicius.romanini@usp.br

Márcia Pinheiro Ohlson

Bacharel em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestranda em Comunicação na ECA/ USP.

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001". marcia.ohlson@usp.br

A tecnologia blockchain, criada e utilizada para validar as transações com moedas digitais, pode ser também uma aliada no combate às fake news que assolam as redes sociais e ameaçam as sociedades democráticas. Baseada em uma forma descentralizada e comunitária de produção e validação de registros compartilhados em tempo real pela internet, a tecnologia blockchain permitiria a produção de notícias que têm um valor de verdade asseverado pela própria comunidade dos usuários da rede. Essa noção de verdade está relacionada com o método pragmatista proposto pelo filósofo norte-americano Charles Sanders Peirce, baseado em comunidades de intérpretes que compartilham informação enquanto perseguem uma representação verdadeira do real.

Palavras-chave: fake news; semiótica; pragmatismo; comunicação; jornalismo; blockchain

Tightly closed links: pragmatism and Peircean semiotics as foundations for the blockchain technology used to combat fake News

Abstract: The Research Group of CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo was created in 2006 and became a well known space of collective searching about communication, politics and culture. Its theoretical base is Guy Debord theory. A map of all group members academic publication presented between 2006 and 2016 was made. Research methodologies, research objects, theoretical references and research results of each text are discovered throughout an organized reading. The data were organized in quantitative and qualitative forms to subsidize a reflection about the social champ formed by this group.

Keywords: Spectacle Society, social champ, research group, Debord.

De los eslabones bien cerrados: el pragmatismo y la semiótica peirceana como fundamentos para la tecnología blockchain utilizada en el combate a las fake news

El Grupo de Investigación del CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo, fundado en 2006, a se tonado un espacio de reflexión colectiva sobre comunicación, política e cultura. Su base teórica es el pensamiento de Guy Debord. Para comprender como se estructura ese espacio de producción científica fue hecho un mapa de las publicaciones del grupo entre 2006 e 2016. Los textos fueron ledos para buscarse informaciones sobre metodología, objeto, referencias e resultados obtenidos. Los datos de esta lectura sistematizada subsidian una análisis de la formación de este grupo como un campo social.

Palabras clave: Sociedad del Espectáculo, campo social, grupo de investigación, Debord.

1. O termo pós-verdade foi escolhido como “a palavra do ano” de 2016 após haver um pico de utilização do mesmo no contexto do referendo ocorrido no Reino Unido (Brexit) e da eleição do presidente dos Estados Unidos Donald Trump. Significado de pós-verdade: circunstâncias em que fatos objetivos têm menor influência na opinião pública do que apelos às emoções e às crenças pessoais (tradução nossa). <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (Acesso em 9/8/2018).

2. Um exemplo de protestos e manifestações de ódio contra obras de arte pode ser observado no episódio Queermuseum, no Santander Cultural, em Porto Alegre, que resultou no fechamento da exposição. Um dos resultados deste episódio foram inúmeras ameaças de morte recebidas pelo curador da mostra. https://brasil.pais.com/brasil/2018/08/28/cultura/1535483191_606318.html (Acesso em 29/08/2018)

3. No dia seguinte à posse do presidente Donald Trump, sua assessora Kellyanne Conway afirmou que o público presente era o maior já visto nas cerimônias de posse de todos os demais

“Truth crushed to earth shall rise again.”
William Cullen Bryant

Introdução

O dicionário Oxford da língua inglesa elegeu o termo pós-verdade como a “palavra do ano” em 2016. Este fato deu-se logo após a eleição do presidente norte-americano Donald Trump e a decisão pela saída do Reino Unido da União Europeia, resultado de um referendo através do qual a população foi consultada, fato que ficou conhecido mundialmente como *Brexit*. Segundo o dicionário Oxford, a definição de pós-verdade é “relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief”¹.

Nesse sentido, a pós-verdade pode ser entendida como derivada de um fenômeno tratado na literatura psicanalítica como viés de confirmação, ou seja, a tendência que os indivíduos têm em praticar uma escuta seletiva. Apenas as evidências que corroboram as suas crenças e hipóteses iniciais são aceitas. “Confirmation bias, as the term is typically used in the psychological literature, connotes the seeking or interpreting of evidence in ways that are partial to existing beliefs, expectations, or a hypothesis in hand” (Nickerson, 1998, p. 175). Uma das possíveis consequências do viés de confirmação, ainda apontada pela literatura psicanalítica, é a polarização de atitudes, e é fácil observar esta manifestação na contemporaneidade. Nem sempre restrito às redes sociais, o discurso extremista e polarizado não raro ultrapassa o digital e leva determinados grupos de pessoas a manifestarem-se e a protestarem no espaço público. Os motivos dos protestos podem ser os mais diversos, e frequentemente propagam discurso de ódio e preconceito contra minorias, em manifestações políticas ou mesmo artísticas².

Pós-verdade, polarização, discurso de ódio e viés de confirmação, aliados a uma crise política e econômica agudas, formaram o terreno no qual aqueles que, estando em posições de poder, utilizam fatos (ou “fatos alternativos”)³ para moldarem a opinião pública e, assim, alcançarem seus propósitos. As notícias falsas – ou fake news – emergem como fenômeno antigo, mas com uma nova roupagem, em que a tecnologia e suas ferramentas de informação e comunicação atuam como meios de propagação velozes e eficientes.

Com este *paper*, pretendemos discutir o fenômeno das fake news tendo como fundamentação teórica o pragmatismo e a semiótica de Charles S. Peirce, bem como levantar os diferentes mecanismos que estão sendo pesquisados na busca por uma solução, com atenção especial à tecnologia blockchain. Vimos que a definição de pós-verdade se relaciona estreitamente ao conceito de *crença*, e que a discussão sobre as fake news traz consigo a noção de *verdade*. Crença e verdade foram conceitos exaustivamente examinados pelo filósofo, cujos escritos

datam da segunda metade do século 19, mas cuja contribuição para a discussão contemporânea não deve ser menosprezada.

Na primeira parte, definimos o que são fake news para o âmbito deste estudo e sinalizamos algumas das iniciativas que surgem como solução. Na segunda parte, apresentamos a tecnologia blockchain e como ela poderia ser utilizada também para este fim. Finalmente, mostramos como a lógica por trás desta nova tecnologia encontra validação teórica na obra de Peirce. Embora não seja nossa intenção esgotar as implicações da semiótica e do pragmatismo peirceanos para o entendimento dessas questões, queremos ao menos pontuar aquelas que merecem maior destaque para pesquisas futuras.

O que são fake news?

Desde meados de 2017, a quantidade de eventos e debates acerca deste fenômeno que vem sendo chamado de fake news cresceu de forma significativa. Também não são raros os estudiosos, sejam jornalistas ou acadêmicos das mais diversas áreas, que se apressam em afirmar que não estamos diante de algo novo, mas sim de algo que sempre existiu, ou seja, a mentira (ou a mentira divulgada na imprensa como se fosse verdade). A novidade seria a capacidade de disseminação dessas mentiras através das redes sociais, essas sim um fenômeno da contemporaneidade. Entendemos que isso, por si só, já seria uma questão relevante e com potencial para se tornar um objeto de estudos. Entretanto, ao contrário do que advogam estes estudiosos, nossa hipótese é de que estamos diante de um problema diferente, e não somente da velha mentira com nova roupagem.

Nossa observação empírica nos levou à hipótese de que o compartilhamento irresponsável, ou seja, nossa tendência em dar voz apenas àquilo que vai ao encontro de nossas opiniões e crenças, sem nos preocuparmos em checar a veracidade da informação, explica apenas uma parte do problema. O fenômeno das fake news é mais complexo, pois, além do aumento na capacidade de disseminação, promovido pelas tecnologias de informação e comunicação e redes sociais, temos uma “democratização” da produção de notícias. Essa produção, antes restrita apenas aos veículos de comunicação, que as disseminavam através das mídias de massa, hoje pode ser – e é – feita por qualquer organização ou indivíduo interessado em propagar uma ideia ou ideologia. É comum, inclusive, que esta disseminação seja feita através de sites ou perfis nas redes sociais com títulos semelhantes aos de veículos existentes e, supostamente, confiáveis: é o caso da “Folha Política”, que relação nenhuma tem com o periódico Folha de S. Paulo. Ou ainda nomes “genéricos” que poderiam ser de algum veículo qualquer, tais como “Diário do Brasil”, “Pensa Brasil”, entre outros, com o objetivo de parecerem confiáveis e transmitir certa “segurança” ao leitor ou espectador.

presidentes, fato facilmente desmentido pelas imagens. Ao ser questionada, justificou-se utilizando a expressão “fatos alternativos”.

O *big data* é o suporte para a disseminação e a aderência das informações falsas nos públicos de interesse. A partir das ferramentas de *big data*, pode-se construir perfis psicológicos e direcionar as mensagens de forma a modular as opiniões e, também, direcionar as ações de indivíduos e grupos, como sinaliza o pesquisador em Direito e Sociedades Digitais Rafael Zanatta:

O novo é uma ecologia específica em que se torna possível coletar muitos dados que serviriam para uma finalidade específica, mas cujo pacto é quebrado, aliado ao desenvolvimento muito acelerado de técnicas de psicométrica. Além disso tem a construção desses perfis psicológicos voltados à orientação política [...] Esses dois fenômenos são novos e fazem parte desta nova ecologia das notícias falsas, por assim dizer. (Zanatta apud. Machado, 2018, p. 14).

Dentre as várias tentativas de classificar os diferentes tipos de fake news, ou, como preferem alguns estudiosos, desinformação, destacamos aquela proposta por Claire Wardle e Hossein Derakhshan no relatório “Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making”, elaborado a pedido do Conselho da Europa. Os pesquisadores optam pela utilização dos termos *misinformation* e *disinformation*, e os dividem em sete tipos.

O primeiro deles é a *sátira* (ou paródia), conteúdo de caráter cômico que não tem a intenção de causar algum tipo de dano, mas, ainda assim, tem potencial para confundir. O *conteúdo enganoso* é o uso indevido de informações com o objetivo de caracterizar, ou “enquadrar” algum indivíduo ou questão. *Conteúdo impostor* seria aquele que imita as fontes genuínas, exemplos já citados de veículos que criam sites com nomes que se aproximam de veículos reais, na tentativa de apropriar-se da credibilidade do outro. O quarto tipo são os *conteúdos fabricados*, ou seja, aqueles que são completamente falsos, originalmente pensados e desenvolvidos para prejudicar algo ou alguém. Há ainda a *falsa conexão*, ou seja, quando o título, legenda ou imagem utilizados não condizem com o conteúdo da informação jornalística; o *falso contexto*, quando uma informação que pode ser até em parte verdadeira é retirada de seu contexto e colocada em um contexto errado, sugerindo outra interpretação; e, finalmente, a *manipulação do contexto*, quando uma informação ou imagem genuínas são manipuladas para provocar um engano.

Para este estudo, assumimos que fake news são notícias deliberadamente construídas com o objetivo de desinformar e manipular a opinião de determinado grupo ou indivíduo, e que se vale das potencialidades do *big data* para amplificar ou mesmo personalizar a mensagem. Nossa hipótese é de que as fake news, além de um fenômeno comunicacional, social e político, têm também um componente econômico. A produção de fake news revelou-se uma nova indústria, cuja lógica de funcionamento está amparada na dinâmica de remuneração de produtores de conteúdos nas redes sociais, haja vista as “fábricas de cliques”⁴.

4. As chamadas “fábricas” ou “fazendas” de cliques são empresas especializadas em comercializar “likes” nas redes sociais como forma de valorizar determinado conteúdo para que o mesmo tenha um maior alcance e engajamento e, dessa forma, um incremento na sua monetização.

Embora não haja um consenso entre os pesquisadores sobre o verdadeiro impacto das fake news no resultado das eleições norte-americanas, ou seja, se elas de fato determinaram o voto do eleitor, já podemos inferir que a velocidade com que as técnicas de produção e disseminação de fake news avançam é uma ameaça a ser considerada em qualquer processo eleitoral, inclusive no Brasil. Não são apenas os indivíduos que compartilham as informações que corroboram as suas crenças, mas são também os *bots* (robôs), ou mesmo os “exércitos” de perfis falsos. Salientamos aqui que não se trata de uma condenação a esse tipo de prática, uma vez que os *bots* podem ser de extrema importância na disseminação de alertas de utilidade pública, por exemplo. Trata-se de uma constatação de que a sofisticação na produção de fake news atingiu um nível de perfeição técnica que assusta e é capaz de confundir mesmo os mais céticos e habilitados a identificar a falsidade de uma informação. Se anteriormente a ameaça vinha na forma de um texto contendo informações falsas ou, no máximo, uma imagem adulterada, antiga ou fora de contexto, atualmente passamos a lidar com as *deep fake news*, ou seja, falsificações profundas, que utilizam a inteligência artificial, com técnicas antes apenas do domínio do cinema com seus efeitos especiais.

Estando de acordo que não estamos falando de um problema antigo, mas de um fenômeno de altíssima complexidade, tal como são a maioria dos problemas contemporâneos, podemos concluir que a solução, da mesma forma, exige um grau de elaboração. Mais do que isso, entendemos que o problema das fake news é multidisciplinar. A comunicação, especialmente o jornalismo, tem a sua parcela de responsabilidade, mas a solução precisará, necessariamente, estar amparada por diversos atores da sociedade: profissionais e veículos de comunicação, acadêmicos, governantes, sociedade civil e empresas privadas, especialmente as grandes plataformas e redes sociais.

São muitas as iniciativas que proliferam no Brasil e no mundo como forma de combate a esse fenômeno e seus efeitos nocivos, tais como as agências de *fact checking*, iniciativas em educação, tentativas questionáveis de regulação e criminalização da prática, além de outras ferramentas, tal como a tecnologia blockchain, o foco de nossa análise.

Blockchain como solução para as fake news?

No ano de 2008, um desenvolvedor (ou talvez um grupo de desenvolvedores, uma vez que a identidade real é desconhecida) identificados pelo pseudônimo Satoshi Nakamoto, apresentou a ideia da criptomoeda Bitcoin em um grupo de discussões na internet sobre criptografia. Por trás desta moeda, estava a tecnologia blockchain, ou “cadeia de blocos”, em tradução livre.

O blockchain pode ser descrito como um banco de dados distribuído, formados por diversos nós, em que não há, necessariamente, uma relação de confiança entre os pontos. A confiança é dada pela própria tecnologia, a partir da geração de um consenso entre as partes sobre a veracidade ou não de uma informação ou transação, no caso das criptomoedas. Este sistema vem sendo chamado de “trustless trust” (ou “confiança sem confiança”, em tradução livre). “The network is robust in its unstructured simplicity. Nodes work all at once with little coordination. (...) Any needed rules and incentives can be enforced with this consensus mechanism”. (Nakamoto, 2008, p. 8)

Eis algumas definições de blockchain apresentadas na literatura de divulgação científica:

O blockchain é um sistema ponto a ponto puramente distribuído de livros-razão (ledgers), o qual utiliza uma unidade de software composta de um algoritmo que negocia o conteúdo informativo de blocos de dados ordenados e conectados, junto com tecnologias de criptografia e de segurança, a fim de prover e manter a sua integridade. (Drescher, 2018, p. 48).

O blockchain é uma camada de tecnologia em cima da Internet, assim como a World Wide Web. (Mougayar, 2017, p. 29).

(...) o Blockchain é um livro-razão distribuído que representa um consenso de cada operação que já ocorreu na rede. (Tapscott & Tapscott, 2016, p. 37).

O artigo original de Satoshi Nakamoto, entretanto, não cita o termo blockchain, mas refere-se a ele de diversas formas ao longo do texto: “chain of hash-based” (p. 1); “chain of digital signatures” e “chain of ownership” (p. 2); e, “chain of blocks” (p. 7).

Entre as principais promessas da tecnologia blockchain está a possibilidade de verificação da origem de uma informação, uma vez que o registro na cadeia de blocos é absolutamente imutável, além da substituição dos intermediadores, pois as trocas de valores (ou informações) se dão entre os nós da cadeia, ou seja, entre os computadores individuais, em um sistema de validação para atingimento de um consenso. No exemplo da criptomoeda Bitcoin, que é um ativo financeiro, esta validação se dá quando a comunidade de mineradores atesta a veracidade da transação, através de cálculos complexos. A promessa da chamada “revolução blockchain” é a segurança não somente na troca de informações, mas também na troca de valores ou ativos. A notícia pode ser considerada um “ativo digital” cuja origem poderá ser rastreada e a sua veracidade poderá ser atestada por fontes certificadas.

Blockchain e a semiótica peirceana

Escolhemos a lógica pragmatista e a semiótica de Charles S. Peirce como a fundamentação teórica para nossa investigação, apostando que ambas são capa-

zes de fornecer uma base importante para a compreensão de fenômenos complexos, tal como o objeto de nossa análise.

O problema das fake news remete a uma discussão muito mais ampla sobre o que é *verdade* e o que é *real*. Ao contrário da tradição do positivismo lógico, que busca uma linguagem capaz de figurar objetivamente os fatos empiricamente observáveis, Peirce nos ensina que os fatos sociais não são dissociados da experiência humana, e, portanto, devem ser avaliados em um processo lógico de investigação que depende de uma comunidade interessada na busca da verdade de tais fatos. Um investigador solitário, isolado de seus pares e sem condições de comunicar e debater sobre os frutos de sua investigação, jamais teria garantia de proceder na direção do esclarecimento completo de um fato.

Ao declarar-se um “realista extremo”, em oposição à metafísica nominalista que fundamenta a filosofia científica tradicional, Peirce quer justamente enfatizar que as impressões de sentido individuais que são representadas em nossas mentes não possuem validade lógica *per se*. Ninguém tem a capacidade, por exemplo, de avaliar sozinho se está alucinando ou sendo submetido a um julgamento perceptivo enganoso. Em suma, não temos a capacidade de introspecção que nos permita avaliar criticamente nossas próprias cognições. Apenas o confronto de nossos julgamentos com os de outros membros de uma comunidade nos ofereceria uma concepção segura, ou consensual, sobre a realidade dos fatos experimentados.

Por isso, o conceito de verdade, no pragmatismo peirceano⁵, tem a natureza de um condicional futuro, ou seja, a verdade *seria* a opinião final alcançada por uma comunidade científica idealmente infinita e com tempo e recursos igualmente infinitos. Para Peirce, o real é aquilo que seria representado na opinião verdadeira sustentada por uma comunidade ideal de investigadores. Como tais condições são inatingíveis no mundo da experiência concreta, elas assumem um papel normativo que implica tanto a necessidade de uma continuidade ilimitada da investigação quanto a falibilidade dos resultados alcançados em cada etapa do processo.

Em outras palavras, como comunidades enraizadas historicamente e limitadas por nossa condição social, jamais estamos de posse da verdade última. No máximo, atingimos um estágio da crença que, numa economia de investigação plausível, é aceita quando realizamos esforços e disponibilizamos recursos de tempo e material suficientes para chegarmos à conclusão de que atingimos uma opinião suficientemente fundamentada para recomendar que interrompamos o dispêndio de energia e recursos na busca de uma precisão que não tem mais efeito prático considerável para os propósitos vigentes.

O pragmatismo peirceano implica, portanto, em um compromisso entre a energia e trabalho necessários para provar uma hipótese, e o valor que atribuí-

5. A partir de 1905, Peirce passou a usar a palavra pragmatismo (em vez de pragmatismo) para nomear seu método de clarear conceitos. A mudança se deveu à sua discordância com os rumos que o movimento pragmatista havia tomado, de cariz essencialmente nominalista e capitaneado por William James.

mos ao grau de certeza almejado, que passa a fundamentar nossa crença. Podemos sempre aumentar a certeza e melhorar a precisão de uma crença, mas há sempre um ponto em que a quantidade de trabalho, energia e tempo necessários torna a empreitada economicamente inviável. O pensamento é justamente o movimento lógico (e, portanto, semiótico) que procura dirimir uma dúvida por meio de uma crença de acordo com uma economia da pesquisa (CP 7.139 e ss)⁶. Enfatizamos aqui a teoria da economia da pesquisa de Peirce porque ela antecipa algumas características fundamentais da tecnologia blockchain, como a necessidade de uma comunidade distribuída interessada na validação de um fato observável, e de uma forma de validação que envolve uma prova de trabalho que implica o consumo de tempo e energia (*proof-of-work*). Ou seja, a metáfora da mineração do real se aplica tanto ao método pragmático peirceano quanto à tecnologia blockchain.

Alguns poderiam lembrar, como contraponto a esta aproximação entre tecnologia blockchain e pragmatismo, a máxima peirceana “Do not block the way of inquiry” (Não bloqueie o caminho da investigação) como um alerta contra o fechamento conclusivo dos elos envolvidos numa cadeia de inferências lógicas produzidas durante a investigação científica. De fato, contra o método cartesiano que defende o encadeamento dedutivo de inferências racionais e apriorísticas (como uma corrente de elos sequencialmente arranjados), Peirce propôs uma epistemologia baseada em hipóteses colhidas da experiência vital. Para ele, nossas hipóteses compartilhadas são o resultado da tessitura de uma infinidade de linhas conjecturais que se assemelham muito mais a uma corda de junco do que a uma corrente de ferro. A vantagem, segundo Peirce, estaria no fato de que uma corrente de ferro é tão forte quanto o seu elo mais fraco, enquanto uma corda de junco pode ter muitos fios fracos e quebrados e ainda assim se manter robusta e forte devido à complexidade (lembramos, aqui, que “complexo” significa precisamente um conjunto de elementos em íntima relação de conexão e subordinação).

Apesar da palavra “blockchain” evocar a ideia de uma corrente blocada à semelhança da corrente de pensamento cartesiana, ela nos parece muito mais uma maneira de fortalecer e tecer de forma virtualmente indestrutível as múltiplas linhas de investigação que compõem a representação social da verdade. Pensada e usada em sintonia com o método pragmático e baseado na semiótica, considerada como lógica universal, o blockchain pode oferecer uma ferramenta preciosa para o método pragmático de construção social da verdade a partir de experiências compartilhadas entre os membros de uma comunidade comprometida com o estabelecimento da crença a partir de um método científico. Falta, porém, esclarecer o que Peirce entende por crença e sua fixação a partir do método pragmático, de forma a evitar que fake news contaminem a busca por uma representação verdadeira da realidade.

6. Seguindo a prática estabelecida entre estudiosos da obra de Peirce, usamos a sigla CP para Collected Papers, seguida do número do volume e, após o ponto, do parágrafo que corresponde ao da citação.

Os métodos de fixação da crença no contexto das fake news

Para Peirce, crença é a expressão lógica de um hábito mental normalmente compartilhado pela comunidade onde nos inserimos. A analogia de Peirce é que a crença corresponde a um estado confortável que atingimos após ultrapassarmos uma fase de desconforto e irritação, trazidos pela dúvida. “(...) a *ação* do pensamento é excitada pela irritação da dúvida, e (...) cessa quando se atinge a crença; de modo que a produção da crença é a única função do pensamento”. (Peirce apud. Fidalgo, 1878, p. 6)

A interrupção do pensamento não implica necessariamente no encontro com a verdade. Segundo Peirce, “assim que uma crença firme é alcançada, ficamos inteiramente satisfeitos, quer a crença seja verdadeira, quer seja falsa” (Peirce apud. Alves, 1877, p. 5). Segundo o filósofo, existem quatro métodos para se chegar a este estado de conforto oferecido pela crença. Três deles oferecem o conforto da crença fácil, mas de fato impedem a busca da verdade: o *método da tenacidade*, quando o indivíduo se apega a determinada crença por uma mera afinidade ou apreciação estética e então “fecha os olhos” para toda e qualquer evidência que a refute como forma de permanecer no estado de conforto alcançado por sua cara ilusão; o *método da autoridade*, ou dogmático, que transfere a uma instituição externa o poder de ditar o que é verdadeiro e, com isso, justificar a sua crença; e o *método a priori*, que é aquele em que o indivíduo assume como verdadeiro um sistema de proposições universais e passa a aceitar apenas os fatos da experiência que se conformam às conclusões previamente aceitas.

As estratégias usadas pelos difusores de fake news se baseiam claramente em um desses métodos ou, o que é mais usual, em diferentes misturas desses métodos de produzir e generalizar crenças falsas numa comunidade. O método da tenacidade, por exemplo, é facilmente exemplificado pelas “bolhas” criadas pelas redes sociais, como Facebook, Twitter ou grupos de WhatsApp, onde comunidades homogêneas de usuários reforçam mutuamente suas opiniões, muitas vezes preconceituosas ou lastreadas em informações falsas, assumindo tenazmente uma posição política e ideológica contra toda evidência ou comprovação contrária vinda de veículos de informação ou mesmo de *fact checkers*. Os “Climate Change Deniers” (negadores das mudanças climáticas) e os “Flat Earth Believers” (crentes na Terra plana) são bons exemplos de grupos organizados em torno do método da tenacidade.

O método da autoridade é amplamente exemplificado por memes e fake news que citam frases de personalidades e autoridades políticas reconhecidas e admiradas por um determinado grupo, mas também pelo ardiloso uso do projeto gráfico e forma discursiva dos veículos de comunicação conhecidos e reconhecidos dentro de uma comunidade com o propósito de validar uma mentira a partir da confiança de que o jornalismo ou veículos jornalísticos ainda gozam.

O método apriorístico é exemplificado por um vasto conjunto de falácias argumentativas que pululam nas redes sociais com a intenção de produzir crenças que têm um verniz lógico, mas que não se sustentam diante de um exame a partir de informações colhidas na experiência. Por exemplo, a falácia da meritocracia ou do discurso de ódio que se opõe às políticas públicas afirmativas (como a das cotas no acesso às universidades ou programas de distribuição de renda) e que, numa apresentação argumentativa tosca, pode fazer bastante sentido aos que já previamente aceitam os preceitos do ultraliberalismo, mas que é facilmente desmontada por pesquisas sobre os resultados práticos e efeitos socialmente duráveis de tais medidas.

Por fim, completa Peirce, temos o quarto e último método, aquele que ele propõe ser o único método capaz de apresentar a distinção entre o modo certo e o modo errado, que é o *método da investigação científica*.

(...) todos os partidários da ciência são animados pela alegre esperança de que os processos de investigação, desde que levados suficientemente longe, darão uma determinada solução a cada questão que lhes coloque. (Peirce apud. Fidalgo, 1878, p. 22).

O método científico pragmatista é precisamente o que iremos aplicar nesta pesquisa, a fim de encontrar um caminho pragmático para a solução do problema da desinformação que é, em última instância, uma busca pela verdade dos fatos. Como vimos acima, uma característica essencial da tecnologia blockchain, a prova de trabalho (*proof-of-work*), que é a validação da operação pela comunidade de mineradores (no caso do Bitcoin), encontra respaldo teórico na lógica de atingimento da verdade, em Peirce. No caso de uma aplicação blockchain especificamente para o jornalismo, esta comunidade de “validadores” seria composta pelos próprios jornalistas que compartilhariam suas apurações entre si de forma a validar e certificar as informações colhidas no processo de apuração dos fatos. Claro está que a aplicação do blockchain ao trabalho comunitário dos jornalistas implicaria uma transformação importante na atual maneira de produzir notícia, que privilegia a competição entre veículos, o furo de reportagem e o personalismo dos autores dos textos jornalísticos. Um novo jornalismo deveria nascer dos escombros do atual, certamente combatido e desacreditado por conta das transformações na esfera pública e no sistema capitalista de produção provocadas pela introdução das mídias digitais e da chamada web 3.0. Deveria ser um jornalismo menos corporativo e associado aos interesses dos grupos no poder e mais permeável aos interesses genuinamente nascidos entre leitores cada vez mais participativos, influentes e críticos da produção jornalística.

Se as fake news se tornaram a doença contemporânea do jornalismo, usadas como vetor para um parasita cujo objetivo final é criar o dissenso e espalhar

o discurso do ódio para que suas vítimas ajam moralmente cegadas, de forma irracional ou preconceituosa, seu antídoto parece não estar em formas de combate direta (como os *fact checkers*) ou indireta (leis rígidas e punitivas contra os produtores de fake news). No espírito do pragmatismo de Peirce, seria necessária a emergência de uma epistemologia agapista para o jornalismo, baseada no conceito de amor socialmente compartilhado pela busca da verdade, e que tivesse como propósito principal o crescimento da razoabilidade concreta em nossas sociedades digitalmente midiaticizadas.

Conclusão

Esperamos que os desdobramentos deste *paper*, ou seja, que a pesquisa científica que está em andamento, seja uma resposta à dura crítica do semioticista Mihai Nadin, aos seus pares, feita no artigo “Meaning in the age of Big Data”. Segundo o autor, os semioticistas estariam mais preocupados em sedimentar bases sólidas de seu campo de conhecimento do que colocá-lo a serviço das questões relevantes da contemporaneidade.

Semiotics as it is practiced, even by dedicated scholars, certainly does not qualify as groundbreaking, no matter how generous we want to be. Rather, it illustrates what happens to a discipline in which its practitioners, most of them in search of an academic identity – a placeholder of sorts – regurgitate good and bad from a past of promise and hopes never realized. (Nadin, 2018, p. 103).

Nossa empreitada visa dar uma contribuição relevante a um fenômeno urgente e ameaçador, que são a proliferação e a disseminação das fake news.

Neste sentido, encontramos na tecnologia blockchain, uma possibilidade de aplicação prática de algo vislumbrado e descrito por Peirce muito tempo antes de sequer sonharmos que algo como a internet poderia existir. A promessa de eliminação dos intermediários e a transferência da confiança para a própria tecnologia, materializa a busca pela verdade dos fatos através do método científico. A notícia verdadeira não mais dependerá de uma instituição que dê o seu aval, mas sim, do consenso de uma comunidade científica.

Podemos inferir que, mais do que uma nova “oportunidade” para os jornalistas e demais profissionais de comunicação, a adoção da tecnologia blockchain pode significar o resgate desta profissão tão criticada nos dias de hoje. No lugar de atribuímos a posse da “verdade” ao veículo, voltaríamos a valorizar a figura do jornalista. Essa dinâmica está de acordo com o método da autoridade. Ao substituímos a confiança na instituição pela confiança na tecnologia, temos um exemplo de funcionamento do método científico, em que a comunidade são os jornalistas e profissionais de comunicação.

Referências bibliográficas

- DRESCHER, D. *Blockchain básico: uma introdução não técnica em 25 passos*. São Paulo: Novatec, 2017.
- MACHADO, R. Fake news e o triunfo do reducionismo. Entrevista com Rafael A. F. Zanatta. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos – IHU On-line*. Ano XVIII. n. 520. 23 abr. 2018. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao520.pdf>> Acesso em: 14 ago. 2018.
- MOUGAYAR, W. *Blockchain para negócios: promessas, prática e aplicação da nova tecnologia da internet*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.
- NADIN, M. Meaning in the age of Big Data. In: M. Danesi (Ed.), *Empirical Research on Semiotics and Visual Rhetoric* (pp. 86-127). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-5225-5622-0.ch006
- NAKAMOTO, S. *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. 2009. Disponível em: <<https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>> Acesso em: 26 mai. 2018.
- NICKERSON, R. S. (1998). Confirmation bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. In: *Review on Psychology*. June 1998. Disponível em: <<http://psy2.ucsd.edu/~mckenzie/nickersonConfirmationBias.pdf>> Acesso em: 29 ago. 2018.
- PEIRCE, C. S. *A fixação da crença*. 1877. Tradução de Anabela Gradim Alves. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/peirce-charles-fixacao-crenca.pdf>> Acesso em: 14 ago. 2018.
- _____. *Collected Papers (Vols. I a VIII)*. Ed. Eletrônica. Charlottesville e Cambridge: Intelix Co. & Harvard Univ. Press, 1992.
- _____. *Como tornar nossas ideias claras*. 1878. Tradução de António Fidalgo. LusoSofia. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-peirce-how-to-make.pdf>> Acesso em: 14 ago. 2018.
- TAPSCOTT, D.; TAPSCOTT, A. *Blockchain revolution: como a tecnologia por trás do Bitcoin está mudando o dinheiro, os negócios e o mundo*. São Paulo: SENAI-SP Editora, 2016.
- WARDLE, C.; DERAKSHAN, H. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. 2017. Council of Europe. Disponível em: <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>> Acesso em: 29 ago. 2018.

Narrativas do jornal O Globo sobre as Farc na Colômbia: das conversações de paz à desmobilização da guerrilha

Antonio Sebastião Silva

*Jornalista, mestre pela PUC/SP, Doutor pela Universidade de Brasília (UnB), e professor do Curso Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Campus Universitário do Araguaia (CUA).
E-mail: antoniosilva@gmail.com*

Carolina da Silva Costa

*Jornalista, mestre em Comunicação pelo Programa de Pós Graduação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS.
E-mail: carolcosta-22@hotmail.com*

Matheus Moreira Pacheco

Estudante de graduação do curso de Comunicação Social /em Jornalismo – Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT - CUA, E-mail: matheus-mp@hotmail.com

O presente artigo teve como objetivo verificar a estratégia utilizada pelo jornal O Globo para a construção da realidade política e social da América Latina, em três narrativas publicadas durante o período entre setembro de 2015 e novembro de 2016, sobre as Farc na Colômbia, as conversações de paz e a desmobilização da guerrilha. O Globo, objeto da pesquisa, torna-se importante nesta análise, em função de sua ampla audiência e circulação no Brasil, nas formas impressa e digital. O método utilizado para a análise das reportagens é a narratologia, apresentada no livro “Análise crítica das narrativas” de Luiz Gonzaga Motta (2013).

Palavras-chave: Farc; Colômbia; O Globo; Narrativas; Narratologia.

Narratives of the newspaper O Globo on the Farc in Colombia: from peace talks to guerrilla demobilization

The present article had as objective verify what is the strategy used by the newspaper O Globo for the construction of the political and social reality of Latin America, in three narratives published during the period between September of 2015 and November of 2016, on the Farc in Colombia, the peace talks and the demobilization of the guerrilla. O Globo, the object of the research, becomes important in this analysis, due to its wide audience and circulation in Brazil, in the printed and digital forms. The method used for the analysis of the reports is narratology, presented in the book “Critical analysis of narratives” by Luiz Gonzaga Motta (2013).

Key-words: Farc; Colombia; O Globo; Narratives; Narratologia.

Narrativas del Periodo El Globo sobre as Farc en Colombia: de las conversaciones de paz a la desmovilización de la guerrilla

El presente artículo tuvo como objetivo verificar la estrategia utilizada por el diario O Globo para la construcción de la realidad política y social de América Latina, en tres narrativas publicadas durante el período entre septiembre de 2015 y noviembre de 2016, sobre las FARC en Colombia, las conversaciones de paz y la desmovilización de la guerrilla. El Globo, objeto de la investigación, se vuelve importante en este análisis, en función de su amplia audiencia y circulación en Brasil, en las formas impresa y digital. El método utilizado para el análisis de los reportajes es la narratología, presentada en el libro “Análisis crítico de las narrativas” de Luiz Gonzaga Motta (2013).

Palabras-clave: FARC; Colombia; El globo; narrativas; Narratología

Introdução

A República da Colômbia é considerada a quarta maior economia latino-americana. Conhecida devido ao narcotráfico e aos conflitos internos envolvendo guerrilhas armadas, sua conturbada história política foi permeada por embates entre o governo e grupos guerrilheiros, em que a população civil, a mais afetada pelo conflito, se dividiu entre apoiar ou não às guerrilhas e aos órgãos de segurança estatal (Silva, 2016).

Entre 1948 e o fim da década de 1950, a Colômbia vivenciou um período denominado “a violência”, uma guerra civil particularmente atroz que provocou cerca de 200 mil mortes, a qual se conecta com o atual conflito (Pécaut, 2010). A violência partidária abriu caminho para a formação de grupos insurgentes armados e de inúmeras orientações, alguns muito politizados, outros menos, mas que se consolidaram no ambiente campesino.

Na memória coletiva, contudo, um acontecimento preciso constituiu o ponto de partida dos fenômenos de violência e formação de grupos armados: o assassinato de Jorge Eliécer Gaitán, em 1948, candidato à presidência do país pelo Partido Liberal e amplamente apoiado pela classe trabalhadora colombiana. Neste mesmo ano, seu partido havia perdido a eleição presidencial e, no âmbito de uma disputa que inicialmente era política – entre o Partido Liberal e o Partido Conservador –, após o assassinato de seu líder, se tornou militar. “As massas, por sua vez, não duvidavam de que a ‘oligarquia’ era responsável pelo assassinato. O medo de uns e a frustração de outros só acentuaram o clima de polarização social. Esse clima seria o pano de fundo para fenômenos de violência” (Pécaut, 2010, p.21-22).

Na metade da década de 1960, o mundo presenciou o início da rivalidade entre o governo colombiano e a autointitulada Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia – Exército do Povo, conhecida popularmente apenas pela sigla FARC. As hostilidades entre as duas partes começaram exatamente no ano de 1964, mediante uma disputa armada pelo controle da região de Marquetalia, localizada no departamento de Tolima, centro-oeste do território colombiano (Pécaut, 2010). Nesse contexto, houve ataques do Exército à Marquetalia, uma zona de “autodefesa” camponesa formada sob a influência dos comunistas, e também a resposta a tais ataques, o que criou diversos focos de guerrilha.

As FARC constituíram-se oficialmente com esse nome em setembro de 1966. Tratava-se, porém, da oficialização de um processo em curso havia algum tempo. De inspiração marxista-leninista e bolivariana, as FARC, classificadas como uma organização terrorista em diversos países, com destaque para os Estados Unidos da América, se firmaram, ao longo dos anos, como o maior e mais poderoso grupo revolucionário do continente sul-americano. Embora, inclusive

na Colômbia, outras organizações paramilitares de esquerda tenham buscado a tomada do poder pela luta armada, as FARC foram a de maior destaque, tendo sido capazes de dominar por completo amplas regiões do território daquele país, sobretudo as zonas rurais e fronteiriças. Além disso, envolveram-se também na economia da droga, transformaram os sequestros em prática rotineira, desenvolveram formas de dominação que já não consistiam em proteção, mas em intimidação, quando não em terror, fatos que contribuíram para a diminuição do prestígio do grupo diante da população.

Nos últimos anos, contudo, diálogos entre o governo colombiano e os líderes da guerrilha resultaram no cessar-fogo e em conversações que levaram a um acordo de paz assinado em Cuba, em 2015. Mais de 50 anos após o início das hostilidades, o estágio atual é de desmobilização e desmilitarização da organização, que passa a ser um partido político.

O conflito foi e ainda é amplamente difundido nos grandes meios de comunicação do planeta. No Brasil, os episódios sobre as FARC foram noticiados pelos mais diversos veículos, dentre eles o jornal *O Globo*, o qual publicou diversas narrativas sobre o conflito na Colômbia ao longo dos anos.

O veículo carioca objeto desta análise é importante em função de sua ampla audiência e circulação no Brasil, nas formas impressa e digital. Sua escolha como objeto da pesquisa se justifica pela credibilidade que ele possui diante de seu público, o que permite, além de organizar o sistema social, ter grande influência política na formação da opinião pública e da visão de mundo da sociedade. “O jornal, considerado um dos três maiores do Brasil em termos de circulação, apresenta-se como um representante dos oligopólios midiáticos transnacionais que vêm dominando o cenário mundial das comunicações” (Mendes, 2008, p. 11).

Portanto, com o objetivo de compreender as narrativas do jornal *O Globo* acerca do processo de paz e de desmobilização da guerrilha, este trabalho tem como objeto de pesquisa três reportagens veiculadas entre os meses de setembro de 2015 e novembro de 2016. A partir dessas narrativas, procurou-se verificar qual a estratégia utilizada pelo jornal *O Globo* para construção da realidade política e social da América Latina. O método de análise a ser seguido será o narrativo da vertente de Luiz Gonzaga Motta (2013), com o intuito de conhecer a estória relatada.

A Mídia e o seu Poder Simbólico

Segundo Thompson (1998), nos primórdios da história da humanidade, a comunicação se deu majoritariamente através da interação face a face. Nesse cenário, a cultura e a tradição ficavam restritas a um curto alcance geográfico, pois dependiam de uma forte aproximação entre indivíduos que viviam em um processo constante de intercâmbio de experiências.

Assim, por milhares de anos, houve um contexto social em que a interação entre os indivíduos foi muito mais localizada no espaço e ampla em seu conteúdo, ou seja, os seres humanos em suas interações se expressavam mais abertamente. “As tradições orais dependiam para sobreviver de um contínuo processo de renovação, através de histórias contadas e atividades relatadas” (Thompson, 1998, p. 77). Assim, antes do advento dos meios de comunicação modernos, a altíssima proximidade entre os indivíduos e a necessidade do diálogo constante entre eles eram a base de suporte das tradições orais.

Na modernidade, especialmente a partir de meados do século XIX, o fluxo internacional de informações se intensificou e, com o surgimento de novas tecnologias, propiciou o desenvolvimento de um complexo sistema global de comunicação. “Foi no século XIX, portanto, que a globalização se firmou” (Thompson, 1998, p. 137). Nessa conjuntura, a comunicação entre os seres humanos ganhou um novo caráter, dissociando-se do espaço físico e permitindo a interação entre indivíduos que não compartilham do mesmo ambiente espacial ou temporal.

Hoje, nos deparamos com o fenômeno da *mass media*, atribuída por Thompson (1998, p. 79) ao aparecimento da “quase interação mediada”, que se refere às “relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (livros, jornais, rádio, televisão, etc.)”. Este tipo de interação é característico da mídia moderna, na qual um único indivíduo, ou seu coletivo, é capaz de direcionar seus discursos para um número indefinido de pessoas. Nesta perspectiva, observa-se que o diálogo dá lugar aos monólogos midiáticos da vida contemporânea, nos quais milhares e até milhões de pessoas acompanham ao mesmo tempo, de lugares diferentes, os discursos de um mesmo enunciador (Thompson, 1998).

A mídia, ao construir as suas narrativas, concede ao indivíduo uma versão arquitetada através de filtros culturais e técnicos, ou seja, as notícias e reportagens têm grande papel na formação da opinião pública e na produção de conhecimento. Neste sentido, Bourdieu (1989) aponta, nos meios de comunicação de massa, um poder simbólico. Ele define esse poder como “o poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, desse modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo” (Bourdieu, 1989, p. 14). Assim, a produção midiática é também cultural, tendo uma dimensão irrepreensivelmente simbólica.

Para Bourdieu (1989, p. 15), o poder simbólico deriva da “crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia”. O mesmo autor classifica esse poder como instrumento dos sistemas simbólicos que “cumpram a sua função política de instrumentos de imposição e de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica)” (Bourdieu, 1989, p. 11).

A rigor, os veículos de comunicação de massa têm grande alcance na sociedade. Como destaca Bourdieu (1989), eles têm o poder de construir a realidade social, definindo os aspectos de cada acontecimento de acordo com suas próprias concepções, em uma relação de reciprocidade entre o enunciador e seus interlocutores, onde há, entre esses últimos, um consenso sobre a legitimidade do discurso do primeiro.

De fato, o poder simbólico se equivale a outros tipos de poder, como os poderes econômico, político e coercitivo (Thompson, 1998). “As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva” (Thompson, 1998, p. 24).

Para Silverstone (1999, p. 264), contudo, “estudamos a mídia pela necessidade de compreender quão poderosa ela é em nossa vida cotidiana”, porque “as coisas estão mudando, e a mídia cambiante é tanto causa, quanto consequência dessas mudanças”. Portanto, estudar os meios de comunicação e seu poder de construção da vida política e social é um imperativo para os pesquisadores da comunicação.

Metodologia Da Análise Crítica Do Jornalismo

A metodologia utilizada para a análise das reportagens neste trabalho é a narratologia da vertente de Luiz Gonzaga Motta (2013), a qual permite reconstruir o objeto através de alguns procedimentos e técnicas de interpretação dos discursos. Estes são identificados no texto através de estratégias utilizadas pelo narrador para convencer o leitor de seu posicionamento.

A rigor, Motta considera que todo discurso é poder, um poder que se exerce na relação entre quem fala e quem escuta, desta forma, o mesmo autor destaca que a “análise rigorosa e sistemática da comunicação narrativa no contexto de sua configuração pode revelar esse jogo de poder, descortinar a correlação de forças que se exerce nas relações discursivas interpessoais e coletivas” (Motta, 2013, p.15). Assim, nesse jogo, o que vale são os papéis desempenhados pelos personagens ali presentes, em uma oposição entre protagonistas, antagonistas e seus adjuvantes.

É importante destacar que as narrativas produzidas pela mídia, como parte do processo de criação de uma representação da realidade, através de um projeto dramático argumentativo, é um dispositivo argumentativo que visa seduzir e envolver o interlocutor, desvelando intencionalidades que lhe são implícitas. Trata-se de artimanhas que não precisam ser deliberadas para existirem, são naturais do processo enunciativo. Por isso, a análise é feita a partir de um instrumento interpretativo, uma técnica hermenêutica que revela processos de repre-

sentação e de constituição da realidade historicamente situadas.

Neste trabalho, o produto jornalístico selecionado para ser o objeto de análise são três reportagens veiculadas pelo jornal *O Globo*, entre os meses de setembro de 2015 e janeiro de 2017: “Colômbia e FARC anunciam acordo histórico de justiça e assinatura de paz até março” (13/09/2015); “Colômbia diz não à paz com as FARC” (03/10/2016); “Colômbia e Farc assinam novo acordo de paz sob protestos” (24/11/2016).

A seleção destas reportagens para serem analisadas se deu mediante pesquisa no site oficial do Jornal, por meio da janela de busca, quando se procurou reportagens a partir da frase: “FARCS - das conversações de paz à desmobilização da guerrilha”. Desta forma, chegou-se a algumas matérias; delas, selecionaram-se apenas as reportagens, para compor o recorte da nossa pesquisa.

As narrativas jornalísticas, reportagens, enquanto objeto, de acordo com Motta (2013) podem ser analisadas a partir de três instâncias expressivas e significativamente, sendo elas: a) plano de expressão; b) plano da história ou conteúdo e c) plano da metanarrativa. Estas instâncias não são classificadas de maneira hierárquica pelo autor, mas são separadas de forma operacional para compor um método que facilite a análise.

Toda a superfície do texto, na qual o discurso é proferido pelo narrador através dos atos de fala, sua produção narrativa, além do uso de estratégia de linguagem com o intuito de produzir efeitos de sentido, refere-se ao plano da expressão. É neste plano que se pode observar as estratégias argumentativas e expressões utilizadas pelo jornalista na construção dos enunciados.

Já o conteúdo, a sequência de ações, os encadeamentos, o enredo, a intriga e os personagens fazem parte do plano da estória. Trata-se do plano virtual da estória imaginada em nossa mente por meio da representação e do universo de significados. A rigor, o plano da expressão e o plano da estória estão fortemente ligados, isto é, é possível revelar as intenções comunicativas do narrador através da análise dos dois planos. O terceiro e último plano é o da metanarrativa, uma estrutura profunda que evoca imaginários culturais, e está associado a fatores abstratos como ideologia, cultura, moral e ética.

A análise se inicia a partir da leitura das reportagens, de modo a compreender o fio da narrativa, compondo e recompondo a estória com o intuito de identificar as sequências básicas e os pontos de virada. Para Motta, o fio da narrativa refere-se ao “percurso que um incidente ou uma trilha que uma sucessão de incidentes, traça dentro da massa de estórias, tecendo uma trama principal” (2013, p. 37). Assim, por meio da reconfiguração da narrativa se conhece o projeto dramático, os conflitos existentes na configuração da intriga, e, ao conhecer as partes que compõem a estória, é preciso recontá-la de maneira resumida, no formato de

uma *storyline*, descrevendo os pontos de virada, as estratégias e os personagens que compõem a trama. Após evidenciar as estratégias do narrador e como ele convence o leitor com o seu enquadramento, conseguiremos compreender como o jornal *O Globo* constrói a realidade política e social da América Latina em relação ao caso FARC na Colômbia.

A próxima etapa é de análise dos personagens, fontes utilizadas nas reportagens que aparecem nos textos e são consideradas como uma “figura central da narrativa e eixo do conflito em torno do qual gira toda intriga” (Motta, 2013, p. 63). Eles são dotados de ações e referências que geram o conflito e encadeiam a trama. Deste modo, é essencial classificá-los como: antagonistas e seus coadjuvantes; protagonistas e seus coadjuvantes; e personagens neutros. Nesta perspectiva, é necessário pontuar que a análise de uma narrativa não se refere à realidade, “mas a respeito da realidade e como a representação produz efeitos retroativos sobre a própria audiência e a sociedade” (Motta, 2013, p.84).

De maneira a dar sentido para esta classificação, sublinha-se que os protagonistas da narrativa são os personagens que *O Globo* dá poder de voz, ao mesmo tempo em que constrói uma narrativa favorável a eles. Do outro lado estão os antagonistas que, apesar de dispor de certo poder de voz nas narrativas, enfrentam um discurso contrário ao seu posicionamento na estória por parte do jornal. Sendo assim, os personagens neutros são os considerados isentos, apartidários nas narrativas, em outras palavras, não aparecem vinculados ao protagonista e nem ao antagonista da estória.

A última etapa desta metodologia se trata de revelar as metanarrativas existentes no interior dos textos jornalísticos, ou seja, evidenciar quais são os discursos ideológicos, a moral, a base cultural e a ética presentes nas narrativas. Esta etapa do procedimento metodológico se torna mais clara no final do processo de análise.

Narrativas Do Jornal O Globo

No decorrer das narrativas de *O Globo* sobre os diálogos de paz entre o governo colombiano e as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia, o que se observa é que há um direcionamento para um acordo final de reconciliação e o interesse na manutenção do poder e da ordem política atual. Este direcionamento pode ser observado a partir do recorte proposto para este artigo.

As FARC são descritas, nas estórias de *O Globo*, como um grupo guerrilheiro insurgente de causas meramente subversivas que deixou a Colômbia em caos e violência, barrando seu potencial desenvolvimentista. Porém, apesar dos problemas causados ao país durante anos, a guerrilha é apresentada pelo narrador como uma organização que está à disposição para as negociações em favor da construção de um futuro promissor “aos colombianos que sonham com a paz”.

“Colômbia e FARC anunciam acordo histórico de justiça e assinatura de paz até março”¹, reportagem que foi ao ar no dia 23 de setembro de 2016, revela que o fato exposto no próprio título da narrativa viria através de um pacto inédito que abriria caminho para a reparação de vítimas e punições. Nela, *O Globo* apresenta o anúncio, em Havana, por parte do governo da Colômbia, presidido por Juan Manuel Santos, e de negociadores das FARC, liderados por Timoleón Jiménez, conhecido como “Timochenko”.

No fio da estória, o narrador conta sobre os acontecimentos relacionados às conversações entre os personagens principais (governo e guerrilha) e chama a atenção para os produtos desse acordo, tais como “o reconhecimento pelas FARC de seus crimes e a aceitação dos mecanismos judiciais para as vítimas”, em uma “complexa questão de justiça para os delitos cometidos” e “indenização e punições”. Nesta perspectiva, para o narrador parece clara a divisão temporal da história do país vizinho entre os períodos do *conflito* e do *pós-conflito*, em que, no primeiro momento, as FARC, personagem até então antagonista, causam enormes prejuízos ao governo e ao país em geral, que sempre esteve em desacordo com os ideais subversivos do grupo. No segundo momento, esses delitos são reconhecidos pelo grupo como realmente terríveis e punidos por intermédio de um acordo final de justiça, estabelecido por uma “jurisdição especial, com magistrados colombianos e estrangeiros dos mais altos requisitos”. Na sequência, conta o narrador que o acordo trará “a transformação das FARC em um movimento meramente político”, após a mesma reconhecer seu papel negativo na história daquele país.

Seguindo o enquadramento dramático, em Havana, relata o personagem protagonista, presidente da Colômbia, Juan Manuel Santos, que “chegamos a um acordo que me permite dizer com convicção que vamos conseguir o máximo de justiça possível para os meus compatriotas”. Enfatiza o narrador que Santos está positivo com a finalização do acordo na afirmativa “comemorou Santos”, e que reconhece o “passo que deram as FARC. Avançamos em uma mesma direção, a mais nobre de uma sociedade: a da paz”. Na sequência, o narrador descreve que “o Congresso e um referendo popular ratificarão os termos do pacto”, atribuindo certeza a um processo de conciliação futura entre as partes.

Na construção do enquadramento imagético, há algumas imagens apresentadas ao longo da narrativa, sendo quase todas mostrando negociadores do governo colombiano e das FARC, e as demais, de personagens que comemoram o acordo. A imagem em destaque na narrativa aparece logo após o título da matéria “Colômbia e FARC anunciam acordo histórico de justiça e assinatura de paz até março”, na qual Manuel Santos, presidente da Colômbia, Raúl Castro, presidente de Cuba, e Timoleón Jiménez, líder máximo das FARC, aparecem em um aperto de mãos. Verifica-se que esta imagem dialoga com a fala do personagem

protagonista Santos, que comemora dizendo que “a paz está perto à mão”.

No desfecho desta narrativa, o jornal se revela à reconciliação e, desta forma, finaliza a reportagem com a voz do personagem adjuvante do protagonista, secretário de Estado dos Estados Unidos da América, John Kerry afirmando que “os anúncios de hoje representam um progresso histórico para o fim de mais de 50 anos de conflito armado”. Em outras palavras, o narrador ressalta que a partir do pacto, a paz estará mais perto do povo colombiano e de milhões de vítimas.

Na sequência da narrativa, a reportagem publicada no dia 03 de outubro de 2016, intitulada “Colômbia diz não à paz com as FARC”, revela mais uma vez o direcionamento que o narrador dá à trama. Para tratar da negativa dada ao acordo de paz, em referendo, pela maioria da população daquele país, o jornal dá um tom claramente dramático ao “não” da população. Na narrativa de *O Globo*, o retardamento do fim do conflito é tomado como uma decepção para o governo colombiano, para as vítimas do conflito e até mesmo para a comunidade internacional.

Tecendo a trama ao longo desenvolver da estória, observa-se que o narrador busca estabelecer argumentos que sustentem os motivos e as razões possíveis do resultado da votação do referendo, como a “enorme abstenção, que manteve longe das urnas mais de 60% dos eleitores, e a forte campanha contra o acordo, que se intensificou nas últimas semanas”. Destaca o jornal que o principal responsável contra a reconciliação com a guerrilha é o personagem antagonista ex-presidente Álvaro Uribe, que “questionou o acordo antes da votação, acusando o governo de coagir prefeitos, obrigando-os a boicotar a campanha pelo não”. Na voz do maior nome da oposição ao acordo no país, Uribe, “a paz é ilusória e os documentos de Havana, decepcionantes”.

Seguindo o mesmo lado da narrativa, como adjuvante do antagonista, Felipe Botero, professor da Universidade dos Andes, conta que a derrota do “sim” no referendo revela que “a maioria dos colombianos quer prisão para os integrantes das FARC”, alegando que “a ideia de que o acordo representava total impunidade” foi instalada na Colômbia, e completa dizendo que não sabe “se o acordo será jogado no lixo ou pode ser salvo”.

Na trama, já do lado daqueles que defendem o acordo de paz, o jornal dá voz a especialistas e pesquisadores que apresentam alguns argumentos que justificam o fato de o resultado do referendo popular, marcado por alta abstenção, ter sido o “não”. Personagem coadjuvante dos protagonistas (negociadores) na narrativa, a analista política María Victoria Duque, com grande poder de voz, defende que um dos motivos é que as “grandes cidades há muito tempo não sentem os efeitos do conflito e não conhecem a dor, o medo e a falta de liberdade da zona rural”, e fala em “falta de empatia”. A personagem também, ao final da narrativa, ressalta que o resultado “foi um golpe muito duro, uma enorme vergonha para a

1. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/colombia-farc-anunciam-acordo-historico-de-justica-assinatura-de-paz-ate-marco-17578593>>. Acesso em: 04/02/2018.

2. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/colombia-diz-nao-paz-com-as-farc-2022239>>. Acesso em: 04/02/2018.

Colômbia”, e complementa dizendo ser necessário “pedir perdão à comunidade internacional”.

Na narrativa, o líder das FARC, Timochenko, também tem voz e “lamenta profundamente que o poder destrutivo daqueles que semeiam o ódio e o rancor tenham influenciado a opinião do povo colombiano”. Aqui, o narrador enfatiza o descontentamento do grupo guerrilheiro, que reconheceu suas falhas no passado, e que agora tenta estabelecer um pacto de paz. Além disso, por meio desta fala, o narrador passa a ideia de que parte da culpa da vitória do “não” é de responsabilidade do ex-presidente Uribe, pois questionou o acordo antes da votação e clamou o apoio da população às ruas pelo “não”. Na sequência, o narrador destaca ainda, a intenção nobre das FARC. “Mantemos nossa disposição de usar somente as palavras de construção do futuro. Aos colombianos que sonham com a paz, contem conosco. A paz triunfará”, diz o líder Timochenko.

Na composição imagética o narrador apresenta apenas uma fotografia, a qual aparece logo no início da matéria. Trata-se de pessoas apoiadoras do acordo aos prantos, em razão do resultado do referendo. Com efeito, verifica-se que há uma clara oposição entre a informação trazida pelo título da reportagem “Colômbia diz não à paz com as FARC” e o que mostra a imagem, como descreve sua legenda, atribuindo um caráter negativo ao resultado da consulta: “resultado inesperado” e “apoiadores do acordo de paz com as FARC choram com divulgação de resultado do referendo”.

A rigor, o enquadramento dramático do narrador segue inalterado, isto é, o jornal narra a estória destacando um discurso favorável ao acordo de paz. O poder de voz dado aos personagens protagonistas, sobretudo a María Victoria Duque, maior do que o poder dado aos personagens antagonistas, aqui representados por Álvaro Uribe, não é em vão, pois corrobora com o discurso de *O Globo* a respeito do tema principal. Discurso esse, que também se apresenta no âmbito da imagem elencada nesta narrativa, em que se destaca todos aqueles que se posicionam favoráveis ao acordo e, conseqüentemente, decepcionados com o “não”.

Segue o desfecho da estória com a narrativa “Colômbia e FARC assinam novo acordo de paz sob protestos”¹, publicada no dia 24 de novembro de 2016. Desta vez, o jornal conta que o acordo foi aprovado “em uma cerimônia mais simples e discreta do que a realizada para a assinatura do primeiro pacto”. “A paz nos devolverá a esperança, a fé no futuro e a possibilidade de ter uma vida melhor para nós e nossos filhos”, diz o protagonista Santos, em citação, destacado na reportagem como o presidente que foi laureado com o Prêmio Nobel da Paz por seu afincamento em encerrar o conflito. Observa-se claramente aqui, neste ponto da narrativa, que o narrador ressalta o protagonismo do personagem na estória, na busca pela paz e a justiça para o povo colombiano.

No fio da estória, o narrador cita a resistência da oposição liderada por Uribe, em aceitar o acordo final, pois, segundo este último, é preciso “mudanças mais profundas na nova versão”. Conta o narrador que após Santos rejeitar um novo referendo para ratificar o acordo, Uribe “clamou por protestos de rua e pode boicotar o debate no Congresso sobre o novo pacto”. Aqui, *O Globo* enfatiza que o antagonista na estória não permanece estático, mas realiza ações de modo a questionar e atrapalhar as negociações de paz.

Na sequência, de modo a dar continuidade ao enquadramento narrativo do jornal, dá-se voz ao personagem protagonista líder das FARC, citando-o acerca de que “o silenciamento de posições ideológicas, apenas colocará fim de maneira definitiva à guerra, para confrontar civilizadamente as contradições”. Novamente as FARC, que no período histórico do conflito eram consideradas como antagonistas pelo narrador, no momento atual (de pós-conflito e negociações de paz), é apresentada como protagonista que deseja estabelecer um ‘fim de maneira definitiva à guerra’.

Na composição imagética, apesar dos protestos, aparecem os negociadores do acordo na celebração da assinatura dos termos de paz, dialogando com o título da matéria. Nesta mesma linha, observa-se que o jornal não dá qualquer espaço para imagens que representem os anseios da oposição ou qualquer manifestação contrária a assinatura do pacto.

Como plano de fundo da estória das narrativas de *O Globo*, verifica-se que há um enquadramento dos personagens protagonistas e seus adjuvantes envolvidos na trama e a construção de um discurso em favor do acordo de paz e a desmobilização da força rebelde. Neste sentido, observa-se nas entrelinhas que para as FARC este processo pode transcorrer lentamente, considerando-se que, após tantos anos de luta, os guerrilheiros estão dispostos a esperar o tempo necessário para alcançar suas demandas e objetivos. Cabe aqui pontuar que desde a fundação das FARC, como nunca deixaram de lembrar, seu objetivo é a chegada ao poder ou, pelo menos, a instauração de um governo que promova mudanças sociais e políticas estruturais e, assim, ponha-se fim à dominação da oligarquia, como conta o narrador que o “movimento rebelde de 7 mil membros abandonará as armas e formará um partido político”. Em contrapartida, para o governo, este processo de negociações é marcado por um senso de urgência, como pode ser confirmado no decorrer do fio da narrativa. Destaca-se que a pressa do governo em estabelecer soluções concretas para o conflito é pautada pelos anos de mandato do presidente, que deseja manter seu grupo no poder, e, desta forma, determinam o prazo disponível para atingir os acordos.

Assim, o posicionamento ideológico de *O Globo*, que se apresenta no interior das narrativas, está na intenção de contribuir para a manutenção da ordem

1. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/colombia-farc-assinam-novo-acordo-de-paz-sob-protestos-20532990>>. Acesso em: 04/02/2018.

e do poder político atuais, cujas as reportagens constroem a realidade política e social da América Latina, com ênfase no cenário sócio-político da Colômbia, em que o grupo político liderado pelo presidente Santos busca estabelecer um acordo com as FARC e conseqüentemente, a paz no país e na região.

A rigor, ao longo das três estórias narradas pelo jornal, o enquadramento do narrador permanece o mesmo, de modo que ele possa sustentar um discurso favorável ao acordo de paz, fazendo com que os personagens que se posicionam contrários a ele sejam considerados como antagonistas. A narrativa de *O Globo* acerca das conversações de paz e da conseqüente desmobilização do grupo guerrilheiro, parece desenrolar-se em direção a um fim, embora, apenas no que diz respeito ao conflito, pois nesta última narrativa, veiculada no dia 24 de novembro de 2016, o narrador ressalta que “um fim à guerra com as FARC dificilmente irá acabar com a violência na Colômbia, já que o negócio lucrativo da cocaína deu ensejo a gangues criminosas e traficantes perigosos”.

A trama do conflito parece, portanto, dar lugar a uma nova estória, cujo tema emerge, desta vez, da questão do tráfico de drogas. Vale pontuar que a economia da droga há trinta anos mantém seus efeitos corrosivos, alimentando todos os protagonistas do conflito armado, exacerba as disparidades sociais e está por trás de novos modos de maleabilidade e fluidez institucionais que, em vez de contribuir para a estabilidade, engendram crises reiteradas.

Nesta perspectiva, como pano de fundo, o apoio dos EUA ao atual cenário colombiano possivelmente está vinculado ao interesse de manter o controle e ter grande influência local, já que o país norte-americano tem base militar na região e busca, como um dos objetivos da sua política externa, acabar com o narcotráfico e, desta forma, lutar pela segurança nacional estadunidense.

Portanto, a narrativa de *O Globo* acerca do processo de paz que se desenrola no país vizinho cumpre a estratégia de legitimação daqueles que se apresentam favoráveis ao pacto e de deslegitimação dos que se opõem a ele, mesmo considerando que em outras estórias tenham se apresentado como antagonistas, porém não obtendo este papel neste momento da narrativa. Desta forma, os protagonistas são, sobretudo, o governo colombiano e as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia, que defendem o alcance da paz; e os antagonistas, na trama, todo o corpo de opositores ao processo de paz.

Contudo, a realidade social e política da Colômbia é construída pelo jornal através da representação desses personagens e seus posicionamentos, que caminham para um desfecho esperado: o fim da guerra naquele país com a concretização do processo de paz e a manutenção do poder por parte do governo atual, o qual liderou o pacto com o grupo guerrilheiro.

Considerações Finais

O embate político-militar entre o governo colombiano e as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia ganhou crescente relevância nas mídias no decorrer de sua existência. O conflito atraiu para o país vizinho a atenção da mídia internacional, com atenção à violência que avança pelas fronteiras latino-americanas. Naturalmente, utilizando-se de recursos expressivos de fundo ideológico, *O Globo*, veículo de enorme abrangência, explorou o conflito, de modo a transmitir no seu enquadramento discursivo o encerramento das guerrilhas com a obtenção da paz. Nesta análise, o veículo demonstra apoio à permanência do grupo que lidera o governo, os protagonistas da estória, ou seja, há interesse político, ideológico na manutenção e no fortalecimento do governo de Juan Manuel Santos, que assume o papel de estabelecer a paz na região, com a desmobilização das FARC.

Nas narrativas do jornal, observa-se a legitimação daqueles que se apresentam favoráveis ao pacto e a deslegitimação de seus opositores, que assumem o papel de antagonistas da narrativa. Nesse contexto, os protagonistas são, sobretudo, o governo colombiano e as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia, que defendem o alcance da paz. Outros personagens adjuvantes do protagonista também têm poder de voz na narrativa e atuam, por meio de suas vozes institucionais, para a construção do discurso em favor das conversações de paz. Os demais personagens, que foram caracterizados como opositores do processo, como Álvaro Uribe, tiveram suas vozes depositadas no papel de anti-heróis ao longo dos textos.

O Globo atuou na construção da realidade da América Latina aos olhos do público brasileiro, apresentando o pacto de paz como uma importante ação entre as FARC e o Governo Colombiano para o desenvolvimento econômico do país, numa evidente legitimação do personagem Estados Unidos da América.

Ao final, o narrador ainda chama a atenção para uma nova estória, pois o fim do conflito com as FARC dificilmente irá acabar com a violência no país, “já que o negócio lucrativo da cocaína deu ensejo a gangues criminosas e traficantes perigosos”. Desta forma, o narrador enfatiza que, para a paz reinar na Colômbia, há ainda um longo caminho pela frente, que por certo passa pela narrativa sobre a construção de sentido para a construção da ordem social e cultural da região; para além disso, com reflexo na América Latina.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. **O poder Simbólico**. 14ª ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

- FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. 16ª ed., São Paulo: Loyola, 2008.
- MENDES, Gláucia. **A (re) construção da identidade latino-americana no jornal O Globo: a naturalização do atraso**, 2008. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/artigoglaucia.pdf>> Acesso em: 04 de jan. 2018.
- MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. 1. Ed., Editora UnB, 2013.
- O GLOBO. **Colômbia e Farc anunciam acordo histórico de justiça e assinatura de paz em março**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/colombia-farc-anunciam-acordo-historico-de-justica-assinatura-de-paz-ate-marco-17578593>> Acesso em: 04 de jan. 2018.
- O GLOBO. **Colômbia diz não à paz com as Farc**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/colombia-diz-nao-paz-com-as-farc-20222239>> Acesso em: 04 de jan. 2018.
- O GLOBO. **Colômbia e Farc assinam novo acordo de paz sob protestos**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/colombia-farc-assinam-novo-acordo-de-paz-sob-protestos-20532990>> Acesso em: 04 de jan. 2018.
- PÉCAUT, Daniel. **As FARC Uma guerrilha sem fins?** – São Paulo: Paz e Terra, 2010. Disponível em: <<http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/FARC.pdf>> Acesso em: 04 de jan. 2018.
- PEREIRA, Letícia. Colômbia: **As Farc e os diálogos de paz**, 2015. Disponível em: <<https://www.marilia.unesp.br/Home/Extensao/observatoriodeconflitosinternacionais/farc-e-os-dialogos-de-paz.pdf>>. Acesso em: 04 de jan. 2018.
- SILVA, Barbara. **Os processos de paz entre as Farc-EP e o governo nacional da Colômbia**, 2016. Disponível em: <[http://www.enabed2016.abedef.org/resources/anais/3/1466506541_ARQUIVO_OsprocessosdepazentreasFARC-E-PeoGovernoNacionaldaColombia-BarbaraEllynes\(ABED\).pdf](http://www.enabed2016.abedef.org/resources/anais/3/1466506541_ARQUIVO_OsprocessosdepazentreasFARC-E-PeoGovernoNacionaldaColombia-BarbaraEllynes(ABED).pdf)>. Acesso em: 04 de jan. 2018.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que Estudar a Mídia**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- THOMPSON, John B. **Mídia e modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- VILLA, Rafael; OSTOS, Maria. **As relações Colômbia, países vizinhos e Estados Unidos: visões em torno da agenda de segurança**, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-73292005000200005>. Acesso em: 04 de jan. 2018.

Identificação e análise de riscos corporativos de imagem em aproveitamentos hidrelétricos brasileiros

Sergio J. Andreucci Jr

Doutorando em Ciências da Comunicação da ECA - Escola de Comunicações e Artes da USP. Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (2006), MBA em Gestão Estratégica de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas (1998), Especialista em Administração em Marketing pela FECAP (1993). Graduado em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero (1990). Professor decano do curso de graduação em Relações Públicas (1994) e professor de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Professor convidado dos cursos de Pós-graduação Lato Sensu em Comunicação e Marketing e de Comunicação Política da ECA/USP (2002). Coordenador do Curso de Relações Públicas da Fapcom. Email: s.andreucci@usp.br

Fábio Lotti Oliva

Professor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP desde 2003. Vice-coordenador do Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo da FEAUSP. Coordenador dos Grupos de Pesquisa da USP, Gestão de Riscos Corporativos e Gestão de Negócios Internacionais, certificados pelo CNPQ. Professor visitante da Université Pierre Mendès France desde 2007. Professor visitante nas Shanghai University, Ural State Technical University e University of York. Possui graduação em Ciência da Computação pela USP (1986), mestrado em Administração pela FEAUSP (2003), doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo (2005), pós-doutorado em Administração pela Université Pierre-Mendès-France (2010) e livre docência em Administração pela Universidade de São Paulo (2013). Revisor dos periódicos: The Academy of Management Perspectives, International Journal of Production Economics, Journal of Manufacturing Technology Management, Knowledge Management Research and Practice, International Journal of Production Economics e California Management Review. Email: fabiousp@usp.br

Este artigo relaciona-se com os temas específicos da área de relações públicas e de gestão de crises de imagem, com ênfase nas experiências vividas em aproveitamentos hidrelétricos brasileiros nas últimas duas décadas. Tem como objetivo analisar o fluxo e os resultados do processo de gestão de riscos de imagem, desde a identificação das suas vulnerabilidades, até a implantação do plano de contingenciamento de crises, oriundas de riscos residuais, que tornam incerto o alcance de objetivos organizacionais das empresas e investidores do setor.

Palavras-chave: Risco, Crise, Hidrelétricas, Imagem, Relações Públicas.

Identification and analysis of corporate image risks in Brazilian hydroelectric projects

This article is related to specific issues in the area of public relations and image crisis management, with emphasis on the experiences of Brazilian hydroelectric projects in the last two decades. Its objective is to analyze the flow and results of the image risk management process, from the identification of its vulnerabilities, to the implementation of the crisis contingency plan, arising from residual risks, which make uncertain the scope of corporate organizational objectives and industry investors.

Key-words: Risk, Crisis, Hydroelectric, Image, Public Relations.

Identificación y análisis de riesgos corporativos de imagen en aprovechamientos hidroeléctricos brasileños

Este artículo se relaciona con los temas específicos del área de relaciones públicas y de gestión de crisis de imagen, con énfasis en las experiencias vividas en aprovechamientos hidroeléctricos brasileños en las últimas dos décadas. Se pretende analizar el flujo y los resultados del proceso de gestión de riesgos de imagen, desde la identificación de sus vulnerabilidades, hasta la implantación del plan de contingencia de crisis, oriundas de riesgos residuales, que hacen incierto el logro de objetivos organizacionales de las empresas y los inversores del sector.

Palabras-clave: Riesgo, Crisis, Hidroeléctricas, Imagen, Relaciones públicas.

Introdução

O Brasil apresenta o terceiro maior potencial hidráulico do mundo, atrás apenas de Rússia e China; apesar de uma grande oportunidade, os projetos de construção dessas usinas envolvem um número elevado de riscos ao negócio.

Diversos entraves políticos, econômicos, sociais e ambientais, além do grande número de etapas do projeto – cada uma com suas particularidades, o que exige um notável esforço de engenharia, tanto da parte técnica quanto da parte de gestão –, proporcionam um elevado grau de risco ao setor. Qualquer desvio entre a execução e o planejamento pode resultar em diferenças significativas no custo, na qualidade e no tempo de execução do projeto, além de acarretar uma projeção negativa de imagem e de reputação junto aos seus *stakeholders* e sociedade.

De acordo com estudo do *Reputation Institute* (2012), os setores de tecnologia, cosméticos, produtos para consumo e automotivo desfrutaram de uma reputação forte, enquanto os setores ligados à prestação de serviços tendem a ter uma reputação mais fraca. É o caso dos setores de energia elétrica, saneamento e telecomunicações.

Revisão teórica

O recente cenário do setor elétrico e de outros setores fizeram com que organizações de toda parte do mundo intensificassem esforços e muita atenção com o gerenciamento de riscos, e tornou-se cada vez mais clara a necessidade de uma estratégia estruturada, capaz de identificar, avaliar e administrar riscos.

Em 2001, o COSO¹ iniciou um projeto com essa finalidade e desenvolveu uma estratégia de fácil utilização pelas organizações para avaliar e melhorar o próprio gerenciamento de riscos. Empresas a partir dessa premissa começaram a constituir planos de gestão de riscos, desenvolvidos de acordo com os seus negócios e diretamente relacionados ao planejamento estratégico das organizações.

Os empreendimentos de infraestrutura, como as hidrelétricas, envolvem, em sua maior parte, uma extensa fase de construção, executada sob diversas circunstâncias e situações de incerteza, causadas por fatores desconhecidos, inesperados ou inevitáveis. Os eventos de risco resultantes, caso não sejam suficientemente controlados, podem inviabilizar a entrega do projeto.

Um risco pode ter várias causas e, caso algo de fato ocorra, pode ocasionar vários impactos sobre os objetivos do projeto, que podem ser de entrega no prazo, de custo, de escopo daquilo que foi contratado ou de qualidade.

Os riscos de um projeto podem ser divididos em dois grupos: conhecidos e desconhecidos. Os riscos conhecidos são aqueles que podem ser identificados e

analisados e, assim, é possível desenvolver respostas a eles utilizando metodologias específicas. Os riscos desconhecidos não podem ser identificados e, portanto, é impossível gerenciá-los de forma proativa, restando alocar uma contingência geral contra as suas ocorrências.

A gestão de riscos passou a ser um instrumento poderoso para melhoria contínua dos processos, bem como um balizador de condutas e de estratégias corporativas. O fato preocupante é que parte das organizações que possuem planos de gestão de riscos não contemplam planos de contingências para possíveis riscos residuais, ou seja, um *risco* que continua após as respostas terem sido implementadas e que permanece mesmo após as contramedidas corporativas.

Como relatado anteriormente, na maioria das vezes organizações só começam a se preocupar com o plano de contingência no momento em que as crises acontecem, essa postura de reação passa a ser extremamente complicada, pois as empresas que não se preparam para a gestão de riscos residuais e de crises dificilmente conseguirão superá-las sem prejuízos, muitas vezes gerando danos irreversíveis a sua imagem e reputação. Cabe aqui ressaltar que um plano de contingência não é apenas um documento de salvaguardas da reputação da organização e sim um instrumento poderoso de gestão, que se organiza em consequência do desenvolvimento do plano de gestão de riscos corporativos e do mapeamento de riscos que possibilitem identificar possíveis problemas, gerando um processo contínuo de melhoria e a busca pela eficiência das organizações.

Empresas preparadas para a gestão de crises associam o plano de contingência ao planejamento de riscos, que está por sua vez ligado diretamente ao planejamento estratégico da instituição, analisando todas as áreas da organização, seus processos, públicos, intermediários e, principalmente, quais são os pontos vulneráveis da sua cadeia produtiva e de distribuição de produtos e serviços, desde a aquisição dos insumos até o pós-venda. Trabalhar preventivamente com as vulnerabilidades, além de proteger e preparar a empresa para possíveis eventos indesejados, contribui para a melhora dos processos administrativos, de produção, de recursos humanos, de recursos financeiros, dentre outros. A gestão de riscos residuais e de crises, portanto, acontece antes do próprio evento indesejado, fortalecendo as empresas administrativamente e organizando o seu sistema anticrises, baseado em todos os fatores de micro e macroambientes que interfiram direta ou indiretamente na organização.

Riscos residuais e possíveis crises não escolhem alvos. Segundo o sumário executivo do *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* - COSO (2007) gestão de riscos é um processo conduzido em uma organização pela alta gerência, diretoria e demais empregados, aplicado no estabelecimento de estratégias formuladas para identificar potenciais eventos

1. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission - COSO é uma iniciativa conjunta de organizações do setor privado que se dedica a fornecer liderança de pensamento por meio do desenvolvimento de estruturas e orientações sobre gerenciamento de riscos corporativos, controle interno e dissuasão de fraudes.

capazes de afetar seus objetivos, e administrar os riscos de modo a mantê-los compatíveis com o apetite da organização. O escopo da gestão de riscos pode variar, podendo ser aplicado a projetos, atividades ou ativos específicos, além de poder abranger desde setores e departamentos até unidades organizacionais ou a organização como um todo.

Considerando ainda as definições da ISO 31000¹ e de outras publicações é possível chegar ao entendimento de que gestão de riscos em nível institucional trata-se de um processo de trabalho de natureza permanente, estabelecido, direcionado e monitorado pela alta administração, aplicável em qualquer área da organização e que contempla as fases de identificar, analisar, avaliar, decidir sobre estratégias de resposta a riscos, planejar e executar ações para modificar o risco, bem como monitorar e comunicar, com vistas ao efetivo alcance dos objetivos da instituição.

Eventos indesejáveis e inesperados, muitas vezes gerados pelo macroambiente e de difícil controle, podem tornar indisponíveis ou degradar a qualidade e o desempenho dos recursos que são utilizados pela organização ou dos produtos e serviços que ela gera. Recursos também podem vir a ter uso inapropriado, indevido. Além disso, eventos no ambiente interno ou externo podem alterar o grau de utilidade dos recursos, dos produtos e serviços, ou ainda, deturpar a imagem da instituição perante o público. Situações desse tipo afetam negativamente e para pior o alcance dos objetivos organizacionais.

Entende-se, portanto, que uma crise é geralmente oriunda de riscos não previstos, de falhas no processo de gestão ou resultante de um risco residual, ou seja, um risco que continua após as respostas a riscos terem sido implementadas. Qualquer empresa está à mercê de lidar a qualquer momento com uma crise. Mário Rosa (2001) ressalta isso nas páginas iniciais de seu livro “A síndrome de Aquiles», obra que discorre sobre crises de imagem. Independentemente da natureza de uma empresa ou do setor em que está inserida, qualquer organização poderá enfrentar uma crise em sua existência e os dirigentes devem estar cientes dessa possibilidade, todavia quanto mais credibilidade e confiança adquiridas, menores as chances de corrosão da imagem da empresa. Rosa (2001, p. 23) define crise como “um conjunto de eventos que podem atingir o patrimônio mais importante de qualquer entidade ou personalidade que mantenha laços estreitos com o público: a credibilidade, a confiabilidade e a reputação”.

Para Yanaze (2011, p. 87) “os valores das marcas são calculados com base nos atributos tangíveis e intangíveis, sendo que os intangíveis, quando bem trabalhados e adequadamente percebidos pelo cliente, acabam predominando”, todavia, é o somatório dos dois atributos que faz o produto se tornar singular, distinto. O valor da marca organizacional demanda investimentos para a sua

criação, manutenção e ampliação, como todo bem tangível, e como resultado, ocorre o aumento da receita, diminuição dos custos de mercado e ampliação do valor monetário da organização.

O Plano de Contingência é um documento de salvaguarda da organização, onde estão definidas as responsabilidades estabelecidas para atender as consequências de um risco residual que poderá ser gerador de um problema ou até mesmo de uma crise, também contém informações detalhadas sobre as características da área ou dos sistemas envolvidos. É um documento desenvolvido com o objetivo de treinar, organizar, orientar, facilitar, agilizar e uniformizar as ações necessárias às respostas de controle e combate às ocorrências indesejadas. Portanto, contingenciar é pensar estrategicamente. Contingenciar faz parte de um planejamento responsável, pois devemos medir e agir continuamente sobre os nossos riscos, mas não podemos fazer o mesmo com as incertezas.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa classifica-se como descritiva e exploratória devido ao fato de estar estruturada em levantamento de dados secundários, basicamente por meio do levantamento bibliográfico, matérias jornalísticas sobre riscos, crises em projetos hidrelétricos brasileiros e entrevistas com pessoas (*stakeholders*) que possuam experiência prática com o problema pesquisado. Teve como **objetivo** a identificação dos riscos mais prováveis em aproveitamentos hidrelétricos brasileiros, bem como buscou classificar suas probabilidades, natureza, características, origem e o grau de maturidade no que tange à gestão de riscos e consequentemente dos seus planos de contingência. Para o seu desenvolvimento foram desenvolvidas **hipóteses** das quais partimos para checar sua validade em caso de confirmação de tais assertivas iniciais. As hipóteses dessa pesquisa foram concebidas por meio do resultado de levantamento de matérias jornalísticas publicadas nos últimos anos sobre a ocorrência de fatos geradores de crise, bem como baseadas na experiência profissional dos autores que trabalham na área, objeto da pesquisa, há mais de 25 anos. As hipóteses apresentadas para elaboração do roteiro da pesquisa foram:

Os fatores macroambientais oferecem maiores probabilidades de riscos para o setor hidrelétrico brasileiro;

No microambiente, os fatores de relacionamento com terceiros e fornecedores apresentam um maior potencial de risco;

Apesar de possuírem mapeamento de riscos, nem todos os agentes ligados diretamente ao projeto possuem plano de contingenciamento para riscos resi-

duais, inesperados e de crise;

O nível de maturidade em relação aos planos de gestão de riscos, entre os agentes diretamente ligados ao projeto, não é aferido ou controlado;

Os agentes ligados diretamente ao projeto não estão preparados para a gestão de riscos residuais, inesperados e de crise.

A escolha dos **entrevistados (stakeholders)** foi resultante de um processo de seleção de especialistas participantes na coleta de dados, no qual decidiu-se dividir os representantes dos *stakeholders* em quatro grupos, ou seja, três especialistas profissionais diretamente ligados ao negócio, objeto de estudo, formados por executivos / diretores em suas empresas, sendo:

Representante do proprietário da Usina Hidrelétrica;

Representante do Consórcio Construtor da Usina Hidrelétrica;

Representante do fornecedor e montagem de equipamentos eletromecânicos da Usina Hidrelétrica (turbinas e geradores).

Cabe aqui ressaltar que os representantes dos grupos de stakeholders ligados diretamente ao objeto de estudo, ou seja, representantes (1), (2) e (3), segundo levantamento das fontes pesquisadas, atualmente respondem por cerca de mais de 70% dos empreendimentos hidrelétricos construídos nos últimos anos e de aproximadamente 40% do potencial de geração de energia instalado por usinas hidrelétricas em operação no Brasil.

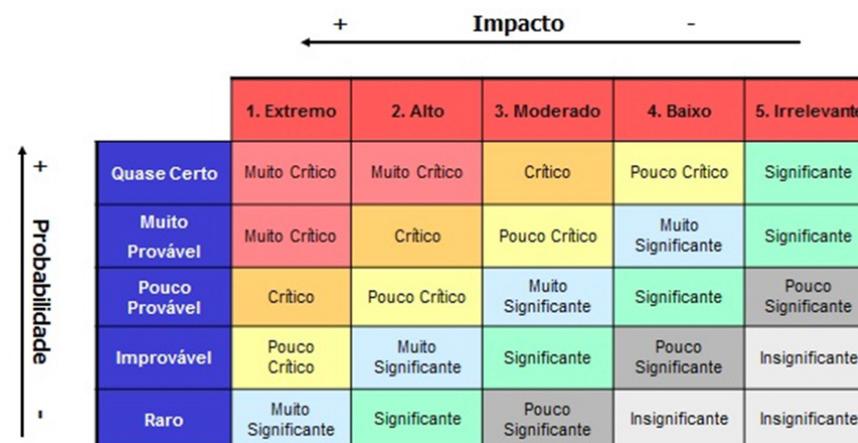
O quarto representante de *stakeholder* escolhido é um importante e renomado jornalista com mais de 30 anos de experiência na área da hidroeletricidade, responsável por centenas de entrevistas e matérias sobre o assunto, publicadas semanalmente nos principais veículos de comunicação do país. Atualmente presente na principal revista / portal de notícias do segmento, sendo:

Representante de veículo de imprensa especializado em energia hidrelétrica.

Cabe aqui ressaltar que a escolha desse representante de *stakeholder* foi motivada com o objetivo de se obter uma visão formadora de opinião pública junto a sociedade, com um olhar mais crítico e imparcial sobre a realidade desse mercado, bem como por sua participação mais ampla e apurada junto a todos os lados e atores desse setor. Nesse caso, a importância da percepção de um jornalista especializado se faz necessária para termos uma análise sobre o objeto de estudo do ponto de vista de um formador de opinião.

O **Roteiro** para entrevista foi baseado na Matriz de Probabilidade e Impacto – PMD, no qual podemos avaliar a relação de impacto e a sua probabilidade. O roteiro da entrevista percorreu os principais fatores de risco de microambiente e de macroambiente em projetos hidrelétricos brasileiros, bem como a sua relação com o grau de maturidade das organizações nos processos de gestão de riscos.

Segundo Kotler (1998, p.47-51), uma empresa é constituída por fatores e forças de micro e macroambientes, que muitas vezes estão fora do controle da organização e afetam a capacidade da administração da empresa em desenvolver e manter transações bem-sucedidas. O microambiente é composto por forças relacionadas à interferência direta de empregados e colaboradores da própria empresa, fornecedores, terceiros, intermediários, clientes, concorrentes e vários públicos que se combinam no processo produtivo da organização. O macroambiente é formado por fatores externos, fora do alcance de ação direta das empresas e estão relacionados aos ambientes: demográfico, econômico, ambiental, tecnológico, político/legal e sociocultural.



Matriz de Probabilidade e Impacto – PMD

Roteiro da entrevista:

De acordo com a tabela abaixo favor pontuar de 1 a 5 o grau de impacto e de probabilidade do risco em relação aos projetos hidrelétricos brasileiros.

1.Extremo 2.Alto 3.Moderado 4.Baixo 5.Irrelevante

RISCO	IMPACTO	PROBABILIDADE	PONTUAÇÃO
MICROAMBIENTE			
Clientes			
Concorrência			
Terceiros			
Fornecedores			

1. O PMD é uma metodologia internacional criada a partir da adaptação dos conceitos e ferramentas do PMBoK, reconhecido guia internacional de gestão de projetos, para as organizações sociais, institutos e fundações empresariais. A certificação é feita pela APMG Internacional.

Colaboradores			
MACROAMBIENTE			
Legislação			
Sociocultural			
Ambiental			
Tecnológico			
Demográfico			

Em relação as práticas de gestão de riscos corporativos de imagem

	SIM	NÃO	Atualização / periodicidade
Mapa de Riscos			
Plano de Gestão de Riscos			
Plano de Contingência			
Comitê de Gestão de Riscos			
Gestão de Riscos Residuais			
Comitê de Gestão de Crises			
Treinamento e Reciclagem Periódica para Gestão de Riscos e Crises			
Comunicação para Gestão de Riscos			
Comunicação para Gestão de Crises			
Porta-voz preparado para atendimento à imprensa e demais <i>stakeholders</i>			

Para a **coleta de dados** foram feitas entrevistas pessoais com quatro *stakeholders*, no período de junho de 2018, realizadas pessoalmente, formuladas por roteiro estruturado e as notas foram atribuídas pelos entrevistados, tendo como principais aspectos relatados as seguintes informações de acordo com a **análise** a seguir:

(1) Representante do proprietário da Usina Hidrelétrica

Teve como média final de pontuação da matriz de probabilidade e impacto (PMD) a pontuação **2,7**, que indicou o risco à imagem e reputação da organização de **moderado a alto** e a sua probabilidade **muito significativa**. Destacam-se vários fatores de risco ambiental (macroambiente) como de extremo impacto e probabilidade. Durante a entrevista o *stakeholder* selecionado enfatizou que os riscos hidrológicos proporcionam instabilidade na geração hidrelétrica e impossibilidade de entrega da energia contratada para as empresas de distribuição, gerando multas e ressarcimentos. O risco hidrológico hoje já está sendo amplamente debatido e

discutido judicialmente entre empresas geradoras e governo.

Os fatores socioculturais e de legislação também foram destacados pelo entrevistado como de alto risco e probabilidade de ocorrência. A legislação ambiental, por pressão da sociedade, vem a cada dia exigindo das empresas geradoras uma gestão cada vez mais efetiva em relação aos impactos dos seus reservatórios; controle das áreas de erosão e de assoreamento dos rios; controle da fauna silvestre; manejo e reprodução dos peixes de piracema; reflorestamento das margens dos reservatórios; preservação histórica; preservação da cultura das etnias locais, entre outros.

No tocante ao microambiente, o entrevistado destacou como alto o grau de impacto e probabilidade de riscos dos serviços prestados por fornecedores e mão de obra de terceiros. “Existe uma grande gama de serviços contratados pela nossa empresa e infelizmente não conseguimos ter a certeza exata da qualidade e do compromisso desses nossos parceiros com o fornecimento”, relatou o entrevistado dizendo que apesar de exigir certificações e habilitações aos fornecedores, a gestão direta não cabe a ele e sim ao fornecedor. E mesmo diante de um problema de fornecimento a responsabilidade final passa a ser do contratante, gerando muitas vezes problemas de imagem e de reputação. O mesmo acontece com colaboradores terceirizados, que apesar de receberem treinamento acabam não tendo o mesmo nível de satisfação e de motivação em relação a um funcionário registrado pela empresa. Ainda referente aos colaboradores, o entrevistado informou que a empresa vem investindo muito nos últimos três anos nos sistemas de *compliance* em todas as áreas da organização, inclusive criando um departamento exclusivo para gestão de *compliance*.

Em relação ao nível de maturidade da organização nos processos de gestão de riscos e crises, o entrevistado informou que a empresa possui uma área de gestão de riscos responsável pelo mapeamento dos riscos, possui plano de gestão de riscos, treina periodicamente as pessoas envolvidas nesses processos, tem uma área responsável pela comunicação, bem como porta-voz treinado. No que diz respeito ao tratamento de riscos residuais, disse que tudo é feito na medida da necessidade e não possui um plano de contingência de riscos de imagem. Afirmou ainda, que a empresa não tem um comitê de gestão de crises e que está preparada apenas para as contingências operacionais da própria usina hidrelétrica. Relatou que existe uma assessoria de imprensa contratada para relacionamento com a mídia e já foram realizados treinamentos com executivos – *media training*, porém não possuem um plano de crises de imagem.

(2) Representante do Consórcio Construtor da Usina Hidrelétrica

Teve como média final de pontuação da matriz de probabilidade e impacto (PMD) a pontuação **2,9**, que indicou o risco à imagem e reputação da organização **moderado** e a sua probabilidade **muito significativa**. Cabe aqui ressaltar que a empresa construtora, objeto da entrevista, após passar por algumas crises importantes de imagem e reputação, realizou uma grande reformulação na sua estrutura organizacional e alterou de forma significativa a sua estratégia de condução de negócios, em especial a sua conduta ética e de *compliance*.

Vários fatores de risco ambiental (macroambiente) como de extremo impacto e probabilidade foram relatados durante a entrevista pelo *stakeholder* selecionado. A construção de uma usina hidrelétrica além de demandar muito tempo para o seu planejamento, passando por várias autorizações até a sua finalização para operação, sem dúvida nenhuma tem como ponto mais sensível os impactos ambientais relacionados com a obra; o desvio do rio; a inundação de uma região para formação do reservatório; o manejo de fauna silvestre da área atingida; mudanças climáticas proporcionadas pela formação do reservatório; a alteração dos aspectos florestais e do ecossistema; a chegada de milhares de operários para as obras de construção, entre outros.

As questões de legislação também são determinantes para a autorização de novas construções. Hoje no Brasil, os grandes aproveitamentos hidrelétricos já foram explorados, ficando apenas parte da Bacia Amazônica como oportunidade para grandes obras, o que acaba dificultando em muito a autorização para esses empreendimentos, por pressão de grupos ambientais do Brasil e do exterior, que acabam influenciando a imprensa, a opinião pública, legisladores e governo. “As grandes obras hidrelétricas em território nacional estão com os dias contados, ficando como alternativa para nossa empresa a construção de barragens em outros países, principalmente na África e na Ásia”, afirmou o entrevistado.

No que diz respeito ao microambiente, o entrevistado enfatizou que houve uma mudança radical na empresa nos últimos anos, principalmente na condução de relacionamento com parceiros, terceiros e fornecedores. Acredita que esses agentes de fato ainda são de forte impacto e risco aos negócios e imagem da organização, disse que os colaboradores passaram por intenso treinamento e a empresa, além de alterar o sua estrutura organizacional e conselho de administração, passou a ter uma diretoria de *compliance*.

Em relação ao nível de maturidade da organização na gestão de riscos e crises, o entrevistado informou que a empresa possui, há mais ou menos dois anos, uma área de gestão de riscos responsável pelo mapeamento dos riscos, tem plano de gestão de riscos, treina periodicamente as pessoas envolvidas nesse processo, tem uma área de comunicação, bem como porta-voz treinado. Possui um comitê de crises que é responsável pelo plano de contingências e de gestão de crises. Dis-

se ainda que o comitê de crises responde pela atualização de todos os protocolos e procedimentos de crise, ficando para o departamento de qualidade o mapeamento e a gestão de riscos. Informou ainda que a empresa está assessorada por escritórios especializados no assunto, tanto na área de risco, *compliance*, como para as questões de comunicação.

(3) Representante do fornecedor de equipamentos eletromecânicos da Usina Hidrelétrica

Teve como média final de pontuação da matriz de probabilidade e impacto (PMD) a pontuação **2,4**, que indicou o risco à imagem e reputação da organização de **moderado a alto** e a sua probabilidade **muito significativa**.

Em relação ao macroambiente, o entrevistado destacou os ambientes político-legal, sociocultural, ambiental e tecnológico como principais fatores de risco para sua empresa. Segundo o *stakeholder*, o ambiente político-legal é de fato uma grande incógnita para o futuro dos negócios da organização, pois as regras do setor estão em constante mudança trazendo instabilidade e futuro incerto para as projeções de novos projetos. Parte desse problema está diretamente ligada aos leilões de energia realizados pelo governo para concessão de novos empreendimentos para o setor, no qual, segundo o entrevistado, usinas hidrelétricas não estão sendo priorizadas pelo governo, que vem oferecendo mais possibilidades e subsídios para energia eólica e solar, fato esse preocupante para um fabricante de equipamentos para usinas hidrelétricas, pois a tendência nacional é cada vez mais investir nessas tecnologias e diminuir a construção de novas usinas hidrelétricas, fazendo com que a empresa tenha que mudar a sua estratégia de mercado, voltando os seus recursos para reformas, modernização e repotencialização de antigas hidrelétricas. Essa tendência, além de seguir um movimento político-legal e tecnológico, também vem ao encontro dos grandes movimentos ambientalistas que não querem mais grandes barragens hidrelétricas no Brasil.

No que diz respeito ao microambiente, o entrevistado relatou como principal risco e de influência negativa aos negócios da empresa o envolvimento de clientes em escândalos de corrupção para construção de hidrelétricas, no caso se referindo às construtoras que são seus principais clientes. “A crise passada pelas construtoras atingiu em cheio os fornecedores de equipamentos, no caso a nossa empresa ficou praticamente dois anos sem novos projetos, trabalhando apenas na finalização dos antigos projetos, o que fez com que a empresa reduzisse o seu número de colaboradores em quase 70%”, afirmou o entrevistado.

Em relação ao nível de maturidade da organização na gestão de riscos e crises, o entrevistado relatou que a empresa possui mapeamento de riscos ope-

racionalis de montagem de equipamentos em obras, tem ainda uma área de qualidade responsável pela melhoria dos processos e de gestão de riscos operacionais. Treina periodicamente as pessoas envolvidas nesses processos de melhoria, não possui ações de gestão de riscos residuais, bem como não tem um plano de contingências. Com a redução de pessoal não tem mais uma área de comunicação, ficando por conta de uma assessoria de imprensa contratada o relacionamento com a mídia. Apesar de ter um comitê de crise, segundo o *stakeholder*, esse grupo não se reúne há muito tempo e provavelmente está desatualizado para possíveis respostas.

(4) Representante de veículo de imprensa especializado em energia hidrelétrica

Teve como média final de pontuação da matriz de probabilidade e impacto (PMD) a pontuação **2,2**, que indicou o risco à imagem e reputação do setor **alto** e a sua probabilidade **muito provável e crítica**.

Por se tratar de um representante da imprensa especializada em energia hidrelétrica, com mais de 30 anos de atuação jornalística e editorial na área, o *stakeholder* selecionado apresentou as suas percepções em relação ao setor como um todo, incluindo uma visão do ponto de vista de geração, construção, fornecimento de equipamentos, governo, consumidores e, por fim, opinião pública.

Em relação ao macroambiente, segundo o entrevistado o setor hidrelétrico brasileiro passa, desde a segunda metade de 2016, por uma grande crise, iniciada pelos escândalos de corrupção do governo e das empreiteiras responsáveis pelas grandes obras no país. Os processos investigatórios e, posteriormente, os julgamentos envolvendo todos esses agentes acabaram emperrando as possibilidades de novas hidrelétricas, atrasando algumas concessões e fazendo com que o governo mudasse de ideia em relação ao início de projetos já aprovados, como é o caso da Hidrelétrica Tapajós. O ambiente político-legal, segundo o jornalista, de fato é o maior risco para o setor, seguido das questões ambientais e socioculturais que interferem diretamente na decisão de haver grandes barragens hidrelétricas como alternativa para o crescimento econômico do país. Como especialista na área, comenta que no ambiente tecnológico, apesar do modelo de geração solar e eólica ser bem visto pela sociedade e pelos ambientalistas, não resolverá as questões de demanda energética, pois nem todas regiões são propícias a essas tecnologias, além de serem ainda de custo alto para os consumidores e de baixo potencial de geração de energia para atender a demanda futura. Acredita na redução no consumo de energia por meio de equipamentos mais modernos, no uso múltiplo de várias fontes de energia, incluindo as PCHs (Pequenas Centrais

Hidrelétricas), porém exalta que o futuro para a construção de grandes hidrelétricas no Brasil não existe mais e está quase no seu final. Percebe apenas um mercado voltado para reformas e modernização de grandes hidrelétricas.

Em relação ao nível de maturidade do setor na gestão de riscos e crises, o jornalista nota uma mudança significativa na postura das empresas, principalmente, com o efeito pós-crise envolvendo empreiteiras e governo. Tanto as empreiteiras, quanto as empresas de energia e fornecedores passaram por revisões importantes nas suas políticas de atuação e de conduta ética. No que tange às práticas de gestão de riscos, o entrevistado não tinha conhecimento exato das práticas das empresas, bem como se elas possuíam plano de contingenciamento e de crises. Apenas reforçou, que em momentos de crise, geralmente as respostas das empresas à imprensa eram demoradas, gerando muitas vezes desinformação e agravando as consequências para a imagem e reputação dessas empresas.

Análise dos resultados

Após as entrevistas realizadas com os quatro *stakeholders* selecionados, chegamos à consolidação de informações que puderam reforçar o caminho escolhido pelas hipóteses iniciais relacionadas na metodologia de investigação apresentada. Porém, a percepção do grau de risco e a forma de gestão dos agentes envolvidos apresentou diferenças pontuais em relação ao tipo de risco, grau de impacto e da sua probabilidade, além de demonstrar um perfil diferente do nível de maturidade das organizações em relação à gestão de riscos e de crises.

Os fatores macroambientais oferecem maiores probabilidades de riscos para o setor hidrelétrico brasileiro, com destaque para as questões ambientais e político legais. No microambiente, os fatores de relacionamento com terceiros e fornecedores apresentam potencial de risco evidente, principalmente em assuntos ligados à *compliance*. Apesar de possuírem mapeamento de riscos, nem todos os agentes ligados diretamente ao projeto possuem plano de contingenciamento para riscos residuais, inesperados e de crise, demonstrando que todas as organizações pesquisadas não possuem um ciclo completo de gestão de riscos e de contingenciamento de crises, tornando-as em algum momento vulneráveis em relação à integridade da imagem e reputação.

O nível de maturidade em relação aos planos de gestão de riscos, entre os agentes diretamente ligados ao projeto, não é aferido ou controlado por todas as organizações pesquisadas, somente o Consórcio Construtor apresentou elementos de reciclagem e treinamento de todo o processo, ressaltando que tal postura foi consequência de uma mudança de estratégia, pelo fato de terem passado por várias crises de alto impacto nos últimos anos. E, por último, reforçamos a hi-

pótese de que os agentes ligados diretamente ao projeto não estão preparados para a gestão de riscos residuais, inesperados e de crise, pois, de forma geral, a reciclagem, treinamento, controle e ação corretiva só acontecem para a gestão de riscos operacionais.

Considerações Finais

As hipóteses apontadas na metodologia apresentam um importante caminho de pesquisa a seguir, indicando um campo para uma reflexão mais estratégica da administração e da comunicação. Aparentemente não existe um olhar amplo de gestão de riscos associados à gestão de crises; as organizações ou possuem planos de gestão de riscos ou possuem planos de contingenciamento para crises. A visão de eficiência dos processos da administração, voltada para os resultados operacionais, por meio da gestão de riscos, não se integra ao olhar estratégico das relações públicas. Percebemos, portanto, que não existe um ciclo completo entre gestão de riscos e crises nas organizações pesquisadas, trazendo à tona um alerta e uma oportunidade de ação integrada entre a administração e as relações públicas.

Referências

AAKER, David A. **Marcas: brand equity gerenciando valor**. 5.ed. São Paulo: Negócio Editora, 1998.

ABRATT, Russell. **Journal of Marketing Management**. Volume 5, 1989.

ANEEL, Agência Nacional de Energia Elétrica, **Informações Técnicas**, por: SCR - publicado: 22/01/2016 09:39, última modificação: 02/03/2016, Disponível em: www.aneel.gov.br/

BAIRD, I.S.; THOMAS, H., **What is risk anyway? Using and measuring risk in strategic management**, in Bettis, R.A. and Thomas, H. (Eds), *Risk, Strategy and Management*, JAI Press, Greenwich, CT., 1991.

COSO, COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATIONS OF THE TREADWAY COMMISSION – **Internal Control. Integrated Framework**, 2013. Disponível em: < <http://www.coso.org/>>.

EPE, Empresa de Pesquisa Energética, **Plano de Dados Abertos (PDA)**, 2018. Disponível em: <http://epe.gov.br/pt/publicacoes-dados-abertos/dados-abertos>.

FARIAS, Luiz Alberto. **Estratégias de Relacionamento com a Mídia**. In: KUNSCH, Margarida M. K. (org). **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora,

2009.

FORNI, João José. **Comunicação em tempo de crise**. In: DUARTE, Jorge (org). *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FREEMAN, R. Edward. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

FREEMAN, R. Edward. **A stakeholder Theory of the Modern Corporation**. In: BEAUCHAMP, T. & BOWIE, N. – *Ethical Theory and Business*. Pearson Prentice Hall, 1997.

FOMBRUN, Charles J. **Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management**. Routledge, 2007.

FRIEDMAN, Milton. **The social Responsibility of Business is to increase its profits**. In: BEAUCHAMP, T. & BOWIE, N. – *Ethical Theory and Business*. Pearson Prentice Hall, 1997.

GIOVANINI, W. **Compliance: a excelência na prática**. São Paulo: Compliance Total, 2014.

ISO, INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION, 2011. Disponível em: <www.iso.org>

JABLON, F.; PUTNAM, L. L. (Ed.) **The New handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.

KREEPS, G. L. **La comunicación em las organizaciones**. 2 ed. Buenos Aires: AddisonWesley Iberoamericana, 1995.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KUNSCH, Margarida Maria Krohlin. **Comunicação Organizacional Estratégica: Aportes conceituais e aplicados**. São Paulo: Summus, 2016.

MINADEO, R. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2008.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. Trad. de Cecília W. Bergamini e Roberto Coda. São Paulo: Atlas, 1996.

MUMBY, D. **Organizational communication. A critical approach**. Thousand Oaks: Sage publications, 2013.

OLIVA, F. L.; SOBRAL, M. C.; DAMASCENO, F.; TEIXEIRA, H. J.; GRISI, C. H.; FISCHMANN, A. A.; SANTOS, S. A. **Risks and Strategies in a Brazilian Innovation – Flexfuel Technology**. *Journal of Manufacturing Technology Management*, Birmingham, Inglaterra, vol. 25, no. 6, p. 916 – 930, 2014.

OLIVA, F. L. **A Maturity Model for Enterprise Risk Management: A Research Brazilian Companies**. *International Journal of Production Economics*, 2015.

- PALMER, A. **Introdução ao Marketing: teoria e prática**. São Paulo: Ática, 2006.
- PAULA, J. C. N. **Avaliação do desempenho sociocultural das empresas**. Disponível em: Acesso em: 02 jun. 2018.
- ROSA, M. **A reputação na velocidade do pensamento**. São Paulo: Geração, 2006.
- ROSA, Mário. **A Síndrome de Aquiles: como lidar com as crises de imagem**. 2. ed. São Paulo: Editora Gente, 2001.
- TAVARES, Mauro Calixta. **A força da marca: como construir e manter as marcas fortes**. São Paulo: Harbra Ltda.: 1998
- TAMAYO, A. **Impacto dos valores pessoais e organizacionais sobre o comprometimento organizacional**. In: TAMAYO, A. PORTO, J. B. (org) **Valores e comportamento nas organizações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- YANAZE, Mitusuru. **Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Comunicação e sociedade do espetáculo – a gênese de um campo científico

Mara Rovida

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Faz parte do corpo docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso). É membro permanente do Grupo de Pesquisa do CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo e do Grupo de Pesquisa do CNPQ Mídia, Cidade e Práticas Socioculturais (MidCid). Contato: mararovida@gmail.com

O Grupo de Pesquisa do CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo, criado em 2006, se tornou um espaço de reflexão coletiva sobre comunicação, política e cultura. A base teórica que orienta o grupo é o pensamento de Guy Debord. Para compreender como se estrutura esse espaço de produção científica foi feito um mapeamento a partir das publicações de 2006 a 2016. Os textos foram lidos na busca de informações sobre metodologia, objeto de pesquisa, referências e resultados obtidos. Os dados dessa leitura sistematizada subsidiam uma análise baseada na ideia de formação de campos sociais de Bourdieu.

Palavras-chave: Sociedade do Espetáculo, campo social, grupo de pesquisa, Debord.

Communication and society of the spectacle - the genesis of a scientific field

Abstract: The Research Group of CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo was created in 2006 and became a well known space of collective searching about communication, politics and culture. Its theoretical base is Guy Debord theory. A map of all group members academic publication presented between 2006 and 2016 was made. Research methodologies, research objects, theoretical references and research results of each text are discovered throughout an organized reading. The data were organized in quantitative and qualitative forms to subsidize a reflection about the social champ formed by this group.

Keywords: Spectacle Society, social champ, research group, Debord.

Comunicación y sociedad del espectáculo - la génesis de un campo científico

El Grupo de Investigación del CNPQ Comunicación e Sociedade do Espetáculo, fundado en 2006, a se tonado un espacio de reflexión colectiva sobre comunicación, política e cultura. Su base teórica es el pensamiento de Guy Debord. Para comprender como se estructura ese espacio de producción científica fue hecho un mapa de las publicaciones del grupo entre 2006 e 2016. Los textos fueron lidos para buscarse informaciones sobre metodología, objeto, referencias e resultados obtenidos. Los datos de esta lectura sistematizada subsidian una análisis de la formación de este grupo como un campo social.

Palabras clave: Sociedad del Espectáculo, campo social, grupo de investigación, Debord.

Introdução

Na comemoração dos 50 anos da publicação de *A Sociedade do Espetáculo* por Guy Debord, observa-se a produção de um grupo de pesquisadores brasileiros que fez das 221 teses debordianas sua principal inspiração para pensar a contemporaneidade.

A escrita de Debord é uma das primeiras dificuldades de apreensão do pensamento do controverso autor e ativista francês que influenciou os acontecimentos de Maio de 1968. A redação densa e compacta demanda fôlego e conhecimento de um amplo arcabouço de referências acionadas mas não citadas de forma clara pelo autor. Por isso a reflexão coletiva e incansável feita desde 2006 torna a produção do Grupo de Pesquisa do CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo pertinente para a compreensão do pensamento debordiano nos estudos de comunicação, principalmente, no Brasil.

O foco dessa reflexão se pauta pela tríade comunicação, cultura e política. De certa forma esse interesse do grupo parece convergir com as atenções do próprio Debord. Mas ao eleger uma referência teórica relativamente datada e fortemente vinculada a um momento histórico demanda ponderação bem como justificativas diante dos questionamentos produzidos em um campo científico cada vez mais disputado e exigente.

Para compreender como o pensamento do autor de *A Sociedade do Espetáculo* e de *Os Comentários à Sociedade do Espetáculo* é acionado por esse grupo de pesquisadores, uma análise sobre a estrutura do Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo foi desenvolvida. Para cumprir esse objetivo, um levantamento da produção publicada pelos participantes desse grupo, de 2006 a 2016, foi feito. Os dados obtidos nesse levantamento foram organizados e a interpretação dos resultados se pautou pela perspectiva de campo social de Bourdieu.

O grupo

O Grupo de Pesquisa do CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo – doravante nomeado de Grupo de Pesquisa CSE – é coordenado pelo professor doutor Cláudio Novaes Pinto Coelho desde sua criação em 2006. De acordo com o registro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ)¹, o grupo de pesquisa é composto por 12 doutores e 17 mestres, além de quatro estudantes, e está vinculado ao mestrado em comunicação da Faculdade Cásper Libero (FCL).

Os registros disponíveis nas plataformas de consulta do CNPQ apresentam apenas dados do momento, portanto não é possível avaliar a estrutura do corpo de pesquisadores ao longo desses 11 anos de existência. Apesar disso, numa rá-

pida avaliação dos currículos dos integrantes do Grupo de Pesquisa CSE na plataforma Lattes é possível observar que ao menos 20 dos 29 nomes da lista são de pessoas que possuem laços com o grupo e/ou a FCL por um período igual ou superior a cinco anos. Com base nesses dados, é possível inferir que trata-se de um corpo de pesquisadores que parece se manter de forma razoavelmente constante.

Outro aspecto pertinente para a presente reflexão tem relação com a forma de trabalho do Grupo de Pesquisa CSE. Em seus espaços de divulgação – site do grupo² e página da FCL³ com apresentação dos grupos vinculados à instituição –, é possível observar que a produção científica se orienta por duas temáticas guarda-chuva: comunicação e política na Sociedade do Espetáculo e comunicação e cultura na Sociedade do Espetáculo. A cada ano, um dos tópicos é colocado como diretriz da produção apresentada nos Seminários promovidos pelo grupo e abertos ao público da universidade bem como ao público externo. Seguindo as datas de divulgação dos anais desses eventos, percebe-se que em ano eleitoral a temática da política é trazida para o centro do debate, assim a cultura é trabalhada nos anos de intervalo entre os sufrágios oficiais brasileiros que são realizados sistematicamente em anos pares.

Com base na observação experiência (Rovida, 2015, p. 30), desenvolvida em período que – com alguns lapsos temporais não superiores a oito meses – compreende os anos de 2009 a 2016, pode-se afirmar que a partir de 2012 as reuniões do Grupo de Pesquisa CSE passam a ser pautadas pelo compromisso de realização dos Seminários Anuais e pela produção dos anais com artigos completos. Para isso, uma nova dinâmica dividida em duas etapas começa a ser utilizada nas reuniões do grupo. No primeiro semestre, o tema guarda-chuva do ano norteia a escolha de textos e autores que serão lidos e discutidos pelos pesquisadores o que servirá de base para que cada um elabore um projeto de pesquisa a ser desenvolvido e apresentado no seminário, sempre realizado na segunda quinzena de outubro. Observa-se que parte dos integrantes vinculados oficialmente ao grupo há mais tempo costuma apresentar propostas que são trabalhadas por mais de um ano. Dessa forma alguns estudos perpassam as edições dos seminários e seu desenrolar se faz presente em várias publicações do grupo.

A segunda etapa da dinâmica adotada é observada no segundo semestre de cada ano quando os pesquisadores começam a apresentar nas reuniões, realizadas em intervalos que variam entre duas ou três semanas, nunca mais do que isso, suas propostas de pesquisa. Nomeadas de prévias, essas apresentações funcionam como um debate em que os pesquisadores pensam coletivamente suas propostas. Sugestões e críticas, não apenas do coordenador, servem para que cada pesquisador planeje e oriente o andamento de seu trabalho, bem como estruture uma estratégia de apresentação para o público externo no dia do seminário.

1. A última atualização que constava na base de dados quando consultada para este trabalho era de 16/5/2017.

2. <https://sociedadedoespetaculo.com>

3. <https://casperlibero.edu.br/mestrado/grupos-de-pesquisa/> Acesso em 2 de agosto de 2017.

Mesmo que todos estejam aptos e tenham autorização para apresentar propostas distintas nas duas temáticas estudadas, é pertinente observar que uma parte dos pesquisadores está mais orientada para a política e outra parcela para a cultura. Assim é recorrente a aproximação de um tema nos seminários mesmo quando a edição traz a orientação da outra temática. No final, política e cultura se entrelaçam de forma constante o que demonstra certa unidade de interesses, apesar da diversidade de formação e de objetos de pesquisa dos participantes. Não faz parte dos objetivos traçados para este artigo, mas parece inevitável observar a variedade de perfis profissionais dos membros do grupo. Matemáticos, atores, jornalistas, psicólogos, sociólogos, advogados, relações públicas, entre outros profissionais fazem parte da lista oficial do corpo de pesquisadores. Talvez esse aspecto, ainda que não esteja no foco desta reflexão, possa ajudar a compreender uma certa variedade de metodologias e objetos de pesquisa trabalhados nos projetos.

O volume de produção e publicação sofreu certo acréscimo nos últimos anos o que pode em parte ser explicado por parecerias com outros grupos de pesquisadores. Destaca-se a aproximação com o Núcleo de Estudos em Artes, Mídia e Política (Neamp) da PUC-SP o que propiciou a publicação de um livro coletivo em 2015. A presença de pesquisadores de outros grupos pode ser observada com mais intensidade nos anais dos seminários de 2014 em diante. A troca de experiência e a interação também são verificadas pelas referências bibliográficas que figuram nas listas dos artigos e pelas metodologias de pesquisa utilizadas.

No histórico de publicação do Grupo de Pesquisa CSE, observa-se que em 2006, ano de sua criação oficial, é publicado um livro pela editora Paulus (Coelho e Castro, 2006) com textos de vários integrantes do grupo que ainda permanecem em atividade. Essa obra pode ser considerada referência nos estudos sobre Sociedade do Espetáculo no Brasil e seu índice de citação acompanha sua procura no mercado editorial; está na segunda edição. De 2006 a 2008, há um lapso de registro da produção e apenas em 2009, os anais do seminário com artigos completos é apresentado. Novo período de ausência de registros é anotado entre 2010 e 2011 quando apenas os programas dos seminários, material de divulgação, títulos e resumos dos trabalhos podem ser encontrados. A partir de 2012, os seminários ganham nova dinâmica e todo ano é publicado de forma digital os anais dos eventos com artigos completos⁴.

Ainda no escopo de publicação, tem-se um dossiê na Revista Estudos de Sociologia da Universidade Estadual Paulista (Unesp) campus de Araraquara em 2011 (Coelho, 2011). Um livro produzido pela pós-graduação da FCL marca a produção registrada em 2013 (Coelho e Martino, 2013) quando parte dos integrantes do grupo assina capítulos da obra desenvolvida em parceria com

outro grupo de pesquisa da mesma instituição. Em 2015 (Coelho, Chaia e Carvalho, 2015) tem-se o registro do livro em parceria com o Neamp da PUC-SP e, por último, em 2016 (Coelho e Castro, 2016) sai o segundo livro publicado pela Paulus, numa espécie de marca dos dez anos da primeira obra. Ainda em 2016, um livro em parceria com pesquisadores de outros grupos da FCL é publicado (Coelho e Moraes, 2016)⁵.

A pesquisa

Com a proposta de investigar a forma como o Grupo de Pesquisa CSE se apropriou, nesses 10 anos de existência – período que compreende a fundação do grupo em 2006 até 2016 –, do pensamento debordiano, a produção publicada, acima mencionada, foi analisada. Embora o material utilizado neste trabalho seja formado por textos acadêmicos, tal produção foi lida como documentos que auxiliam na compreensão do cenário aqui estudado o que configura uma metodologia de pesquisa documental (Severino, 2007, p. 122-123). Os autores dos textos são tomados como sujeitos de pesquisa – numa proposta que foge à relação pesquisador-objeto de pesquisa (Rovida, 2015, p. 30) – e sua produção acadêmica é lida como um conjunto documental que auxilia na identificação das características do campo científico que formam (Bourdieu, 1983, p. 46).

O conjunto de documentos que compreende a principal parte do corpus de pesquisa é composto por 122 textos, entre artigos científicos e capítulos de livros publicados no período analisado. São cinco livros, sendo dois inteiramente produzidos pelos integrantes do grupo e os outros três em parceria com outros grupos de pesquisadores, um dossiê temático publicado em revista acadêmica de outra instituição de pesquisa e seis anais de seminários, conforme mencionado anteriormente.

O material foi lido de forma a preencher uma ficha com alguns dados que poderiam ajudar na compreensão do cenário representado pelo pensamento do Grupo de Pesquisa CSE. Na Figura 1 – Modelo de ficha, encontram-se as informações colhidas nessa leitura dos artigos e capítulos de livro. Embora esse procedimento esteja muito próximo das ferramentas de Análise de Conteúdo (Bardin, 1994), o objetivo aqui é o de revelar um padrão de leitura do pensamento debordiano por meio das referências, conceitos, objetos e metodologias de pesquisa utilizados pelos pesquisadores do grupo. Assim mais do que contar palavras e indicar significados potenciais, os termos recolhidos nesse levantamento são indicadores de um modelo de pesquisa, de uma forma de pensamento e, portanto, tem implicações em um padrão de fazer científico, um habitus no sentido de Bourdieu.

4. Referências completas dos anais de 2012 a 2016 estão na lista de materiais ao final deste artigo.

5. Este livro traz contribuições que foram apresentadas no Seminário do Grupo de Pesquisa CSE de 2015, para não haver duplicidade de contabilização, os textos não constam no corpus deste trabalho. Em outras ocasiões similares, tomou-se o cuidado de não contabilizar duas vezes o mesmo texto excluindo dos anais do seminário e mantendo sua versão publicada em livro ou outro.

(...) *habitus* (grifo do autor), sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente “reguladas” e “regulares” sem ser produto de obediência a regras, objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-los e coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizada de um regente (Bourdieu, 1983, p. 61).

Título do texto
Nome do autor
Ano da publicação
Forma de divulgação da publicação
Objeto de pesquisa
Metodologia de pesquisa
Referências bibliográficas – autores
Palavras-chave
Conceitos debordianos
() crítica negativa () crítica positiva () crítica ponderada
() crítica negativa com expectativa () crítica ponderada com expectativa

Fonte: do autor

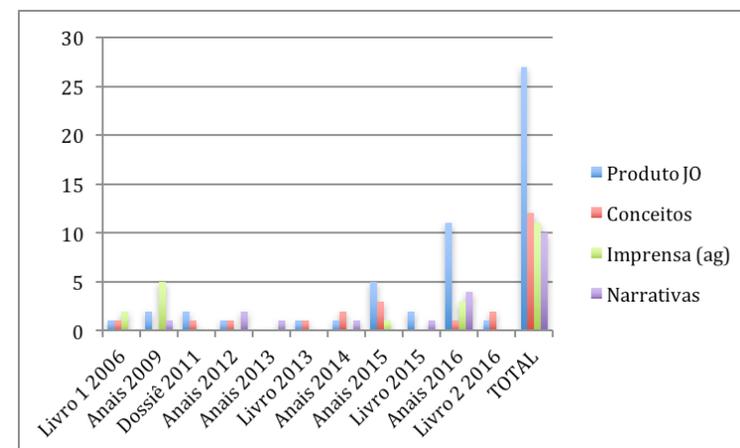
Figura 1 – Modelo de ficha

Os primeiros dois itens da ficha servem apenas para identificar o material analisado, não havia interesse em quantificar ou qualificar os pesquisadores, neste momento. Já o ano e a forma de divulgação da publicação servem para organizar o material e, de certa maneira, observar as mudanças no trabalho do grupo anotadas ao longo da trajetória dessa primeira década de existência. Apenas, a partir do quinto item, objeto de pesquisa, é que se tem informações diretamente vinculadas à avaliação desse padrão de produção científica.

Os objetos de pesquisa mais utilizados parecem indicar que a presença da noção de comunicação social nesses estudos se dá sobretudo pelo jornalismo. Esse tipo de escolha é considerada manifestação objetiva do *habitus* de um campo científico, segundo Bourdieu. Isso porque a escolha dos objetos de pesquisa atendem a demandas consideradas, num determinado momento, prestigiadas e os avanços potencialmente alcançados pelos estudiosos são fonte de capital simbólico (Bourdieu, 1983, p. 125). De forma resumida, pode-se considerar que o prestígio atribuído pelos pares de um determinado campo é fonte de capital social (ou simbólico). No caso dos campos científicos, esse capital simbólico pode ser traduzido por uma espécie de autoridade científica (Bourdieu, 1983, p. 127). Assim identificar os objetos de pesquisa mais recorrentes ajuda a estabelecer os parâmetros estruturantes desse campo científico.

No período analisado, as produções jornalísticas – revistas, jornais, telejornais, coberturas específicas, reportagens e notícias – figuraram como objeto de

análise em 27 trabalhos, ao lado de 11 textos que discutiam o papel da imprensa como ator social. A publicidade (4), as campanhas eleitorais (4), a comunicação pública (3), as redes sociais virtuais (4) foram alvo de um número bem menor de reflexões. Depois do jornalismo, destaca-se uma abordagem que preza pela análise teórica, isto é, a avaliação e aplicação de conceitos, sejam eles de Debord ou de outros autores estudados pelo grupo. Foram 12 ocorrências desse tipo de objeto de pesquisa. Em quarto lugar na lista de interesse dos membros do grupo está a narrativa que engloba não apenas produções de comunicadores ou artistas como também comunicações públicas de políticos; um bom exemplo pode ser encontrado no texto “Quarenta anos entre o bolo e a fome: discurso político e desigualdade social no Brasil” de Vanderlei de Castro Ezequiel, publicado nos Anais de 2012. Ezequiel analisa os discursos de posse dos governadores do Estado de São Paulo. O texto do discurso, tomado como objeto de pesquisa, foi aqui considerado uma narrativa.



Fonte: do autor

Figura 2 – Gráfico dos 4 objetos de pesquisa mais utilizados

Na questão metodológica, o quadro que se tem é formado por 13 diferentes metodologias de pesquisa. Embora em 66 dos 122 textos não havia menção clara à metodologia de pesquisa utilizada, durante a análise dos artigos e capítulos de livro foi feito um esforço de identificação pelos procedimentos descritos no texto. Assim em apenas 56 casos, menos da metade portanto, havia indicação formal e clara das ferramentas metodológicas escolhidas. Numa espécie de confirmação daquilo que está indicado pelos dados do tópico anterior, objetos de pesquisa, obtém-se nesta esfera o seguinte cenário: em primeiro lugar, num total de 43 ocorrências, as pesquisas bibliográficas; em segunda posição, com 37 produções, as pesquisas documentais e em terceiro lugar, aparecendo em 12 trabalhos, as pesquisas bibliográficas documentais. A reflexão teórica aparece

de forma constante ao longo dos anos, ao lado de trabalhos que buscam recriar cenários políticos e sociais por meio das narrativas jornalísticas.

A lista de metodologias se resume da seguinte forma, além das três primeiras mencionadas: Pesquisa Histórica – 7; Análise do Discurso – 6; Método dialético – 3; Entrevista – 3; Dados estatísticos – 3; Análise de Conteúdo – 2; Observação participante – 2; Análise semiótica – 2; Enquadramento dramático – 1; Estudo de caso – 1.

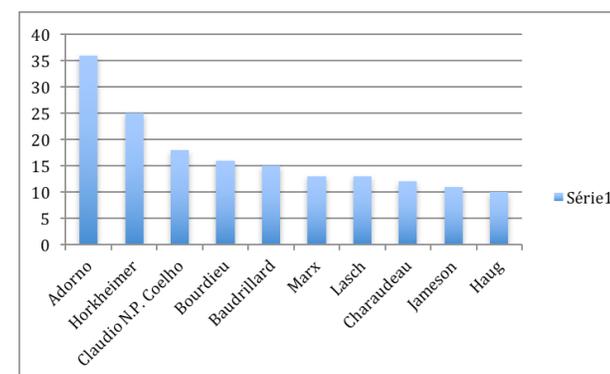
É pertinente observar que, embora ainda seja apenas a quinta colocada nesse ranking de metodologias, a Análise do Discurso vem se tornando cada vez mais utilizada. Há uma certa concentração das ocorrências dessa metodologia em 2016 – a presença de pesquisadores do Neamp também pode explicar esse fato. Retomando a perspectiva de Bourdieu, esse item da ficha de análise reflete as mudanças promovidas na estrutura do campo científico pela interferência, não necessariamente observada de forma negativa, produzida por outro campo. Ao avaliar a metodologia de Bourdieu, Renato Ortiz aponta para a autonomia relativa dos campos e subcampos. Assim o grau de influência entre os campos varia na proporção dessa autonomia (Ortiz, 1983, p. 27). Se o Grupo de Pesquisa CSE pode ser considerado um subcampo das ciências sociais aplicadas e o Neamp, por sua natureza, também, é possível pensar numa dupla influência produzida pelos trabalhos e momentos de reflexão conjunta. A expressão desse fator é observada pelas mudanças metodológicas em curso anteriormente citadas.

Por sua vez, os autores referenciados foram contabilizados apenas quando seu pensamento é utilizado de forma clara no texto, seja por meio de citação direta ou de interpretação de seu pensamento. Em passagens cujo objetivo era apenas mencionar a referência, sem realmente utiliza-la como embasamento, ou quando a citação no texto não estava referendada na lista de referências, os autores foram desconsiderados. Esse posicionamento está alinhado aos objetivos da presente pesquisa cujo interesse é compreender a estrutura do pensamento do Grupo de Pesquisa CSE, isto é sua forma de apropriação de Debord, assim é fundamental observar os pilares das reflexões desenvolvidas.

No tópico dos autores citados, Debord não foi considerado. O motivo dessa decisão se pauta pela forma como o Grupo de Pesquisa CSE se apresenta, como um espaço de discussão do pensamento de Guy Debord. Os livros *Sociedade do Espetáculo* (SE) de 1967 e *Os comentários à Sociedade do Espetáculo* de 1988 são tomados como base teórica fundamental do grupo. É pertinente observar que, apesar disso, observou-se um número elevado de trabalhos que não utilizam de nenhuma maneira os conceitos ou ideias debordianas. Em 34 textos não foram anotadas menções ao autor da SE. De forma bastante concentrada, os Anais de 2009 (7), 2015 (8) e 2016 (13) registram quase todos os casos. É possível perceber que esse fato se deve, em alguma medida, à participação de pesquisado-

res sem familiaridade com o pensamento de Debord. O seminário de 2009 foi o primeiro evento realizado pelo grupo, depois da publicação do livro de 2006, em que trabalhos produzidos pelos pesquisadores foram apresentados. Entre os participantes muitos não eram membros permanentes do Grupo de Pesquisa CSE e sua presença não foi anotada em mais nenhuma edição dos seminários. Em 2015 e 2016, a participação de pesquisadores do Neamp trouxe uma diversidade temática (objeto de pesquisa) bem como de referências para a reflexão produzida. Assim é possível atribuir essas ocorrências a tal conjuntura.

Esse é talvez um dos itens mais importantes dos tópicos da ficha utilizada. É revelador observar o perfil das referências que aparecem como as mais recorrentes. O autor que disparadamente é o mais utilizado em todos os materiais produzidos ao longo desses dez anos de existência é o frankfurtiano Theodor Adorno que aparece em 36 textos nesse período, seguido de Max Horkheimer com 25 ocorrências e o coordenador do grupo de pesquisa, Claudio Novaes Pinto Coelho, que aparece em 18 trabalhos. Entre os dez primeiros colocados desse ranking, observa-se o alinhamento teórico crítico marxista.



Fonte: do autor
Figura 3 – Gráfico 10 autores mais citados

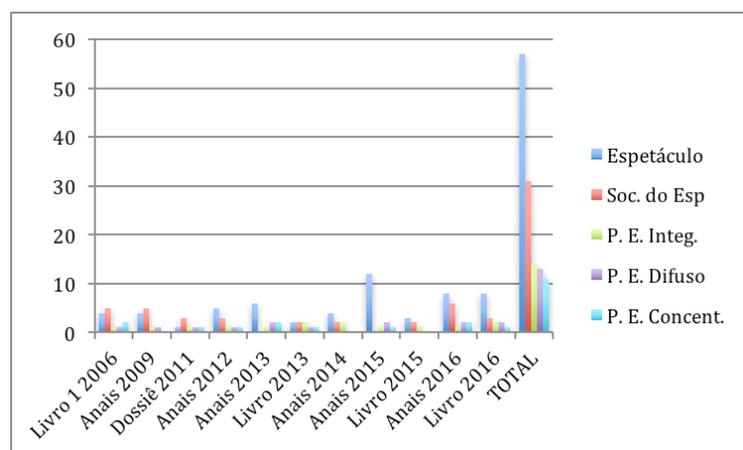
Esse levantamento também ajuda a identificar o aumento do interesse pela Análise do Discurso de linhagem francesa por parte dos pesquisadores do grupo. Patrick Charaudeau é utilizado pela primeira vez em 2012, permanece ausente até 2015 quando é retomado por vários pesquisadores e nesses dois últimos anos se faz presente em 10 diferentes trabalhos.

A variedade de referências usadas é bem acentuada. Foram contabilizados 98 autores que tiveram menção em ao menos dois textos diferentes nas publicações analisadas. Os autores que apareceram uma única vez não foram contabilizados por terem sido considerados pontuais demais para serem levados em consideração.

Com os dados organizados, observou-se que o item palavras-chave poderia apresentar inconsistências. Num número razoável de produções, os autores

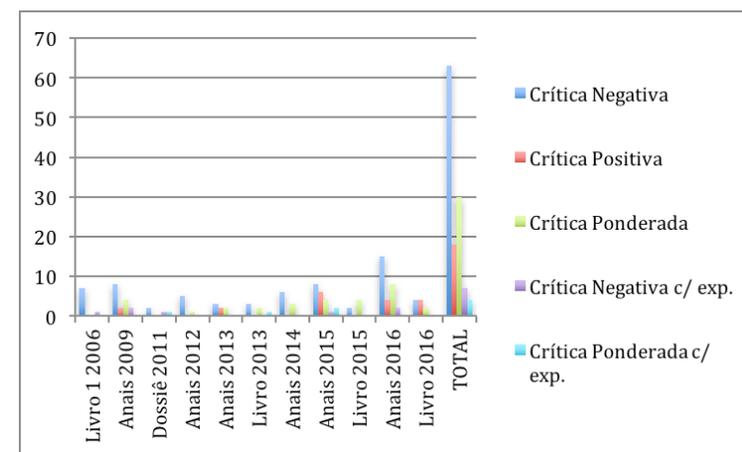
não apresentaram lista de palavras-chave; em algumas situações as normas mais recorrentes não foram atendidas – listas com palavras compostas que se assemelham a frases ou palavras sem expressividade de significado são alguns exemplos –, por isso optou-se por não utilizar esse indicador.

Os conceitos debordianos utilizados, com exceção daqueles 34 trabalhos em que o autor não é citado, mostram uma evolução nos estudos do Grupo de Pesquisa CSE. Se no início quase todas as citações traziam a ideia de Sociedade do Espetáculo e Espetáculo, nos últimos anos é notável uma crescente atenção para as três formas de poder espetacular, o concentrado, o difuso e o integrado.



Fonte: do autor
Figura 4 – Gráfico com os 5 conceitos mais recorrentes

O último tópico da ficha traz uma estratégia fechada para classificar os resultados ou o tom dos artigos analisados. Numa leitura preliminar de parte do corpus de pesquisa, definiu-se essa classificação em cinco possibilidades diferentes; *crítica negativa* – o trabalho apresenta avaliação pessimista do tema estudado; *crítica positiva* – o trabalho apresenta avaliação positiva do tema estudado; *crítica ponderada* – o trabalho apresenta de forma ponderada aspectos positivos e negativos da realidade observada; *crítica negativa com expectativa* – o trabalho apresenta avaliação ruim, mas mostra possibilidades positivas como saída; *crítica ponderada com expectativa* – o trabalho pondera a crítica e já indica exemplos considerados positivos, isto significa que a alternativa ao espetáculo é mais que uma possibilidade, é uma realidade já apreendida.



Fonte: do autor
Figura 5 – Gráfico com os resultados dos trabalhos

O subcampo do Espetáculo

Por meio da análise do material produzido pelo Grupo de Pesquisa CSE, é possível compreender como esse subcampo científico, para usar uma nomenclatura de Bourdieu (1983, p. 42), se estrutura. As ações dos agentes sociais, neste caso os pesquisadores do grupo, têm por princípio o habitus do campo que formam (Bourdieu, 1983, p. 61). Em outras palavras, a estrutura desse grupo de pesquisa, seu padrão científico, sua forma de análise da obra debordiana se manifesta objetivamente pelos resultados dos estudos publicados e aqui analisados. A escolha das referências teóricas, das metodologias de pesquisa, dos objetos de pesquisa, ao lado do claro posicionamento crítico – avaliado pelos resultados dos textos – formam um mapa desse pensamento, dessa estrutura ou desse habitus.

Seria possível considerar que a imprensa é avaliada como um agente social central na conjuntura política brasileira contemporânea. Nesse sentido, o corpus analisado é indicativo não apenas do prestígio de um determinado aspecto da comunicação social, identificado pelos objetos de pesquisa mais recorrentes, como também aponta para um certo engajamento político do próprio corpo de pesquisadores. As ciências sociais, e a comunicação entendida como parte desse campo científico mais amplo, se diferencia das demais ciências justamente por seu claro engajamento social e político. Segundo Bourdieu, o estabelecimento das ciências sociais colocou em cheque a falácia da suposta neutralidade científica. Para o autor, esse fato histórico contribuiu sobremaneira para a luta de

classes e estabeleceu um divisor entre os cientistas e os doxósofos ou cientistas da aparência (Bourdieu, 1983, p. 148).

Ao aproximar resultados dos estudos, objetos de pesquisa mais recorrentes e autores mais citados pelo corpo de pesquisadores, é possível delinear esse engajamento político. A crítica negativa – isto é, aquela que não observa alternativas possíveis e apenas avalia as condições postas – focada neste agente social, a imprensa, e construída com base num diálogo entre a visão frankfurtiana e Debord pode ser considerada representativa do pensamento base do Grupo de Pesquisa CSE. Adorno e Horkheimer são acionados com recorrência para a elaboração dessa crítica, mas é pertinente observar que ambos autores, assim como Debord, passaram a ser lidos de forma mais diversificada nos últimos anos aqui analisados. Em outras palavras, se nos primeiros trabalhos os pesquisadores que acionaram a dupla de autores críticos tinham por objetivo a utilização da noção de Indústria Cultural, em textos mais recentes começaram a aparecer ideias como o método dialético, o antissemitismo, o discurso do ódio. Um exemplo dessa variação de leitura da dupla de autores pode ser encontrado nos trabalhos mais recentes de Emerson Ike Coan, integrante do Grupo de Pesquisa CSE desde 2009.

Mesmo que a crítica negativa, conforme mencionado anteriormente, se sobreponha, é notável a persistência de trabalhos que buscam alternativas ao espetáculo (Debord, 2012, p.14). Ao longo desses dez anos, esse resultado é encontrado em vários momentos de forma tímida e a partir de 2015 com certa ênfase. Ao entender o campo científico das ciências sociais como um campo que interfere no jogo de poder da sociedade, é possível anotar que o engajamento político do Grupo de Pesquisa CSE se pauta também pela busca, em algum grau, da subversão.

A luta simbólica de todo campo social, segundo Bourdieu, se estabelece entre dominantes e dominados. Há agentes sociais que participam dessa luta com intuito de manter o status quo estabelecido e outros que defendem uma subversão da ordem das coisas e por isso dispõem mais força (Bourdieu, 1983, p. 124). Partindo dessa visão dos campos sociais, é possível inferir um perfil de participação do Grupo de Pesquisa CSE pautada por uma postura de enfrentamento no sentido bourdiano. Essa percepção ganha respaldo também pelo perfil das demais referências recorrentes entre os estudos, além de Adorno e Horkheimer. São autores de linhagem marxiana, vinculados historicamente a grupos de pensadores com ativa participação política como Haug, Lasch, Jameson, Gramsci, Baudrillard, entre outros.

Ainda tomando por base as referências mais citadas, é notável a presença em terceiro lugar nesse ranking do coordenador do Grupo de Pesquisa CSE, Claudio Novaes Pinto Coelho. Não parece coerente atribuir tal presença ao seu papel de coordenador e fundador do grupo. Isso porque, conforme Bourdieu,

no campo científico as escolhas das referências teóricas se orientam por dois critérios de visibilidade. O primeiro deles, nomeado de visibilidade relativa, se estabelece quando as contribuições da referência para uma determinada área são robustas. O segundo critério, observado entre referências de nome já conhecido, é nomeado por Bourdieu de visibilidade intrínseca (Bourdieu, 1983, p. 133). Neste caso, Coelho parece atender a ambos critérios. No que concerne à visibilidade relativa, a reflexão dos principais e mais complexos conceitos de Debord desde o início das atividades do grupo torna a produção de Coelho, ao longo do período analisado, um apoio estratégico para a compreensão do pensamento debordiano. O reconhecimento dessa contribuição de Coelho como intérprete de Debord extrapola o espaço do Grupo de Pesquisa CSE. Isso ajuda a inferir a ocorrência da visibilidade intrínseca. O nome do coordenador do grupo já aparece no campo mais amplo das ciências sociais aplicadas no Brasil como referência nos estudos sobre a Sociedade do Espetáculo.

A autoridade científica, capital simbólico típico dos campos científicos, define a posição de destaque ou de domínio dos agentes sociais e se manifesta objetivamente por um tipo de respeito pelos pares. Sem sombra de dúvidas, o detentor do maior volume de capital simbólico no subcampo do Espetáculo é o coordenador do grupo. Mas outros pesquisadores começaram a se destacar nos últimos anos. Esse respeito e prestígio se objetivam pelas citações que aparecem nos textos publicados a partir de 2014. O critério de visibilidade relativa rege essa dinâmica que ainda é, aparentemente, circunscrita ao subcampo formado pelo Grupo de Pesquisa CSE.

O aprimoramento dos trabalhos desenvolvidos pelo grupo, conforme já mencionado, é denotado também pela diversificação da leitura do pensamento de Guy Debord. Esforços para compreender a realidade social e política brasileira utilizando as formas de poder espetacular começam a ser sistematizados nos últimos anos; num primeiro momento apenas Coelho trazia para sua reflexão com mais constância esses conceitos. Esse fator é pertinente para compreender a ampliação do interesse pela produção do Grupo de Pesquisa CSE por parte de pesquisadores externos. Se a lógica do capital simbólico funciona para compreender a dinâmica interna do grupo, essa mesma perspectiva pode ser utilizada para compreender a participação deste subcampo do espetáculo no campo das ciências sociais aplicadas. Mas essa seria uma outra pesquisa que talvez possa ser desenvolvida em moldes parecidos com a presente análise.

Algumas considerações

Uma das especificidades que caracteriza e distingue o subcampo científico formado pelo Grupo de Pesquisa CSE é, sem sombra de dúvidas, a escolha

da leitura cruzada do pensamento de Debord e da Teoria Crítica, representada sobretudo, mas não exclusivamente, por Adorno e Horkheimer. Os autores da chamada Escola de Frankfurt são normalmente observados no campo da comunicação como referências datadas e superadas, seja por seu momento histórico de produção, seja por um suposto exagero crítico. Umberto Eco (1990), por exemplo, classifica esse grupo de pensadores como apocalípticos.

Mesmo Debord, embora seja uma referência mais recente, também será considerado, entre alguns críticos de sua reflexão, como um autor datado e, conseqüentemente, ultrapassado. Isso porque Debord está vinculado a movimentos – como Maio de 1968 – cuja influência ou interferência política não teve resultados duradouros (Jappe, 2008). Além disso, o autor da SE desenvolveu seus estudos de maneira independente do ambiente universitário o que sempre impactou negativamente sua recepção entre os cientistas sociais.

A junção dessas duas correntes de pensamento torna a posição do Grupo de Pesquisa CSE no campo mais amplo da comunicação e das ciências sociais aplicadas não apenas diferenciada, ou inusitada, mas de certa forma subversiva. Se a visão hegemônica do campo científico mais amplo do qual o subcampo do espetáculo faz parte é de pouca aceitação dessas correntes de pensamento, o uso incisivo e persistente dessa perspectiva teórica pode ser considerada um posicionamento claro do Grupo de Pesquisa CSE.

Assim mais do que referência nos estudos debordianos e críticos da comunicação, o subcampo do espetáculo se apresenta como agente social que defende uma postura questionadora dos pesquisadores da comunicação na contemporaneidade e para isso se vale de um pensamento de linhagem marxista e crítico.

Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto e CASTRO, Valdir de (Orgs). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.
- _____. **Cultura, Comunicação e espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2016.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto (Org). Dossiê: crítica da comunicação e política na Sociedade do Espetáculo. In **Revista Estudos de Sociologia**. Araraquara, v. 16, n. 30, p. 15-95, 1º semestre de 2011.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto e MARTINO, Luís Mauro Sá (Orgs). **Mídia, espetáculo e poder simbólico**. Jundiaí: In House, 2013.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto, CHAIA, Ver e CARVALHO, Rodrigo de. **Política e mídia – estudos sobre a democracia e os meios de comunicação no Brasil**. São Paulo: Anita Garibaldi, 2015.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto, MORAES, Ana Luiza Coiro. (Orgs). **Cultura da imagem e Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Uni, 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

JAPPE, Anselm. **Guy Debord**. Lisboa: Antígona, 2008.

ORTIZ, Renato. A procura de uma sociologia da prática. In BOURDIEU, Pierre. **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983, p. 7-29.

Lista de materiais – Anais de seminário

- SEMINÁRIO COMUNICAÇÃO E POLÍTICA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO, 2, 2012, São Paulo. Anais, São Paulo: Faculdade Cásper Libero, 2012, v. 1.
- SEMINÁRIO COMUNICAÇÃO E CULTURA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO, 2, 2013, São Paulo. Anais, São Paulo: Faculdade Cásper Libero, 2013, v. 1.
- SEMINÁRIO COMUNICAÇÃO E POLÍTICA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO, 3, 2014, São Paulo. Anais, São Paulo: Faculdade Cásper Libero, 2014, v. 1.
- SEMINÁRIO COMUNICAÇÃO E CULTURA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO, 3, 2015, São Paulo. Anais, São Paulo: Faculdade Cásper Libero, 2015, v. 1.
- SEMINÁRIO COMUNICAÇÃO E POLÍTICA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO, 4, 2016, São Paulo. Anais, São Paulo: Faculdade Cásper Libero, 2016, v. 1.

Sentidos e saturações da memória no digital: observações sobre a apreensão das informações a partir do “Efeito Google”

Diogo Andrade Bornhausen

*Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, Diretor de Pesquisas do Arquivo Vilém Flusser São Paulo, Diretor do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia – CISC, Professor da Faculdade de Comunicação e Marketing na Fundação Armando Alvares Penteado – FAAP
E-mail: diogobornhausen@gmail.com*

O propósito deste estudo é investigar as dinâmicas comunicativas e culturais geradas pelas experiências promovidas pela memória no digital. Para isso, foca-se no “Efeito Google”, que observa que a internet é vista como uma extensão mnemônica dos usuários e que por isso ela estaria influenciando no modo como as informações são apreendidas e memorizadas. Com o objetivo de problematizar este fenômeno, esta pesquisa busca compreender o papel exercido por esta memória, tanto em suas representações culturais como no modo como se manifesta virtualmente, a maneira como as informações são mediadas pelo sistema e o modo como os usuários se relacionam com esta oferta.

Palavras-chave: Efeito Google; Memória Cultural; Memória Digital

Senses and saturations of memory in digital: comments on the seizure of information from the "Google Effect"

The purpose of this study is to investigate the communicative and cultural dynamics generated by the experiences promoted by memory in digital. To do so, it focuses on the "Google Effect," which notes that the Internet is seen as a mnemonic extension of users and therefore it would be influencing how information is captured and memorized. In order to problematize this phenomenon, this research seeks to understand the role played by this memory, both in its cultural representations and in the way it manifests itself virtually, the way information is mediated by the system and the way users relate to this offer.

Key-words: Google Effect; Cultural Memory; Digital Memory

Sentidos y saturaciones de la memoria en el digital: observaciones sobre la incautación de la información a partir del "Efecto Google"

El propósito de este estudio es investigar las dinámicas comunicativas y culturales generadas por las experiencias promovidas por la memoria en el digital. Para ello, se enfoca en el "Efecto Google", que observa que Internet es vista como una extensión mnemónica de los usuarios y que por eso ella estaría influyendo en la forma en que las informaciones son aprehendidas y memorizadas. Con el objetivo de problematizar este fenómeno, esta investigación busca comprender el papel ejercido por esta memoria, tanto en sus representaciones culturales como en el modo como se manifiesta virtualmente, la manera como las informaciones son mediadas por el sistema y el modo en que los usuarios se relacionan con esta oferta.

Palabras-clave: Efecto Google; Memoria Cultural; Memoria Digital

Introdução

As reflexões que aqui se apresentam têm como principal objetivo entender o modo como se manifesta e a maneira como é assimilada a memória no digital, procurando compreendê-la a partir dos sentidos comunicacionais e culturais que a envolvem e de que forma são configurados por esses meios. Entende-se que parte do fascínio mnemônico exercido por tecnologias que prometem tudo armazenar pode também ser analisado como um sintoma de época que clarifica o modo como as informações são acessadas e apreendidas por seus usuários. Para isso, focar-se-á atenção em um fenômeno específico que colabora nesta argumentação, o “Efeito Google”.

Conceito cunhado pelos psicólogos Betsy Sparrow, Jenny Liu e Daniel M. Wegner (2011) em artigo intitulado *Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips*, publicado na *Science Magazine*, o “Efeito Google” sugere que a Internet hoje é vista como um “banco de dados pessoais”, uma espécie de “memória externa” que influi na capacidade de retenção de informações dos usuários. Por meio de variados testes, primordialmente concentrados em estudantes universitários, a equipe de pesquisadores comprovou que a percepção de que qualquer conteúdo pode ser acessado em algum momento futuro está diretamente relacionada a uma diminuição do potencial memorativo destes indivíduos. A desobrigação de ter de lembrar de algo específico estaria, ainda segundo o estudo, despertando outras habilidades nos usuários, como a rapidez em saber como e onde buscar as melhores respostas às perguntas.

Embora não seja um conceito completamente novo – como é possível de ser observado, por exemplo, na teoria de Derrick de Kerckhove (2009) e seu conceito de “psicologia just-in-time”¹ –, o “Efeito Google” atualiza o fenômeno ao destacar em sua nomeação a plataforma de buscas com maior sucesso na Internet, o *Google*, que, sob o lema de conseguir “organizar a informação mundial e torná-la universalmente acessível e útil”², torna-se um influente mediador de uma grande memória perenemente disponibilizada. Por esta razão, ainda sob esta premissa, esse programa seria capaz de gerar um efeito específico, que denota seu alto valor simbólico e demonstra sua capacidade de orientar os modos como as informações são apreendidas.

Nesse sentido, pensar este fenômeno implica entender o papel exercido por esta memória, os sentidos culturais que essa realização possui, a maneira como o acesso às informações é mediado por este sistema e o que isso causa ao modo como os usuários se relacionam com esta oferta, bem como ela é capaz de afetar seus níveis de apreensão. Para isso, a presente análise se concentra no “Efeito Google” sob a luz da Teoria e da Filosofia da Mídia, acreditando que por meio delas seja possível esclarecer sentidos subjacentes deste fenômeno e,

com isso, o modo como ele pode ser revelador para se pensar a aquisição de conteúdos na atualidade.

A idealização da memória na Cultura e na Comunicação

Ao evidenciar a memória como vetor de análise com especial implicação no modo como os conteúdos são apreendidos, dada a facilidade de manuseio permitida pelo digital, a Dra. Sparrow e sua equipe abrem possibilidades para também se pensar as razões que fazem com que essa memória consiga agregar tamanha importância na atualidade. Embora não tenha sido o foco do supracitado estudo, por meio dele é possível refletir sobre os sentidos envolvidos nessa oferta mnemônica, principalmente se pensados a partir da história de suas representações culturais.

Ocupando um papel preponderante na história do pensamento, a memória guarda uma grande variedade de compreensões que podem ser pensadas a partir dos meios, dos modos e dos sentidos criados coletivamente no processo de produção e apropriação da cultura. Isto significa que, por meio dela, o homem buscou deter e conquistar seu mundo e compreender-se geneologicamente nesse ambiente que construiu. É sob esta premissa que Vilém Flusser (2014) defende pensá-la como elemento intrinsecamente relacionado e fundante da própria ontologia da Comunicação. O autor, ao procurar definir a comunicação, a descreve como “o armazenamento, o processamento e a transmissão das informações adquiridas” (Flusser, 2014, p. 33). Definição a princípio simples, se não fosse a reversão feita por ele de que a comunicação não se estabelece a partir de modelos funcionalistas de transmissão, mas antes como uma permanente negação da entropia e que por isso tem na busca mnemônica a idealizada garantia de permanência. Ainda de acordo com Flusser, este poderia ser visto como o propósito de toda vida humana, “percebido enquanto tendência do homem para ser guardado no interior de tal memória tida por “imortal” e “eterna”(Flusser, s/d)⁴.

Quando recorrida às suas representações passadas, as compreensões tidas sobre a memória confirmam as elaborações de Flusser, principalmente quando pensadas a partir de suas origens teogônicas – figuradas na importante deusa *Mnemosyne*, que encantava os poetas gregos e os incitava a buscar a genealogia divina do seu povo – e é possível de ser estendida até a mística judaica, que tem na memória o referencial de constituição de sua origem e a base de união de seu povo (Herschel, 1995). Nesse sentido, sua presença sempre lhe garantiu uma representação transcendente, que faz de sua busca algo “trans-humano”⁵ ao mesmo tempo em que, segundo Jean-Pierre Vernant (1990), lhe dá uma função psicológica de constituição do eu, do social e do tempo, que sempre precisou ser dominado e conquistado.

1. Em sua obra “A pele da cultura”, Kerckhove questiona: “Quando se sabe que todo o conhecimento está distribuído e que tudo é conhecido por alguém, em algum lugar, e que esta informação está acessível, e tem preço, desenvolve-se uma espécie de psicologia “Just in time”. Para que preocuparmos-nos em aprender isso agora se, quando precisarmos, estará acessível?” (Kerckhove, 2009, p. 156).

2. Disponível em: <http://www.google.com/about/company/>. Acesso em 20. Jun. 2018.

3. [SEM REFERÊNCIA]_2683_MEMÓRIA [V.2]. Esta referência à obra de Vilém Flusser sinaliza sua localização no Arquivo Vilém Flusser São Paulo, pois ainda não se encontra publicada.

4. De acordo com Jean-Pierre Vernant (1990), *Mnemosyne* era uma das titânides, filha de Urano e Geia, e que com Zeus teve as nove Musas. Seria a divindade da enumeração vivificadora frente aos perigos da infinitude, frente aos perigos do esquecimento, *Lete*.

5. Podendo ser encontrada em uma vasta gama de pensadores, a aliança entre a memória e a presença divina pode ser observada em Platão (2009; 2010) e Santo Agostinho (2000). Segundo estes pensadores, seria na figura de Deus que estariam contidas as memórias de todo o Universo e que, por esta razão, os homens ao desenvolverem tal capacidade, vencendo a mortalidade do corpo por meio da imortalidade da alma, se aproximariam da aletheia (verdade) divina, o que naturalmente constitui um esforço sobre-humano de superação. Flusser, em seu texto *Memória – V.2 (s/d. 2683 – VFA)*⁶, contextualiza a reflexão desses dois pensadores aos meios de

Desse modo, se refere à memória a capacidade de intermediar o tempo, dando-lhe referência histórica e, assim como as imagens, manifestando-se como uma “presença de uma ausência” (Ricoeur, 2008). Isto responsabilizará a memória pelo contínuo reavivamento do passado, constituindo-se por isso uma atividade exaustiva do homem, presente em toda tradição da *ars memoriae*, como foi profundamente trabalhado por Frances Yates (2007), e estendida até seu importante papel em toda a Idade Média, notoriamente nos estudos de Giordano Bruno, Dante Alighieri e Raimundo Lúlio. A partir de sua qualidade imagética e junto à sua função temporal se configurará como base para o desenvolvimento das grandes narrativas, confirmando a função apontada por Vernant (1990) ao dar sentidos que serão continuamente recriados pelas sociedades.

Esse papel social, foco de compreensão das Ciências Sociais dos séculos XIX e XX, com destaque para os estudos de Maurice Halbwachs (2006), significou a comprovação de que a unificação que as narrativas trazem aos povos pode também esclarecer as construções políticas e ideológicas criadas sobre essas sociedades. O que, conseqüentemente, evidencia também a seletividade trazida pela própria história entre o que deve ou não ser lembrado, como emblematicamente pontuou Walter Benjamin (1994).

A ficcionalização narrativa criada por esta História que não cessará em ser destrinchada e evidenciada (De Certeau, 1992), encontra no século XX, principalmente nas construções memoriais, um controle espacializado do tempo, “lugares da memória”, como afirmado por Pierre Nora (1993). A memória assim significará a consolidação de um projeto, segundo Fausto Colombo, “antes de tudo, arquivamento do tempo, ou seja, armazenamento do fluir” (1986, p. 62), manifestado na quantidade de arquivos e bibliotecas que marcam essa época.

Desse modo, ainda que sucinta, a explanação demonstra que é notória a importância dada à memória na história da cultura, tanto em sua função narrativizadora quanto espacializadora, ao servir como instrumento de união social (Le Goff, 2003), de aprendizado individual e coletivo (Vigotsky, 1984) e que por isso será idealizada como *topos* (Weirinch, 2001) que garante a permanência dos saberes adquiridos. Funções estas que permitem confirmar a memória como elemento intrinsecamente relacionado ao campo comunicacional, como apontado por Flusser.

A efetivação do supracitado propósito garante, ainda segundo Flusser, a afirmação da própria “dignidade humana”, atualmente posta em jogo com o desenvolvimento de instrumentos capazes de operar com total eficácia pela contínua permanência. Nesse sentido, o autor observa que a habilidade das tecnologias com alto poder de armazenamento oferece ao homem o sentimento de realização de ter alcançado o almejado sonho de uma memória total, coletiva, que o desincumbiria do esforço neuentropico de preservação, permitindo agir de outros modos. Flusser aponta que os meios teriam um efeito

libertador, já que o homem não precisaria mais possuir as informações, mas sim, seria capaz de articulá-las.

Se analisado sob essa perspectiva, o avanço tecnológico que marcou o último século e as teorias que o acompanharam demonstram que toda a idealização que marcou a história cultural tem seus traços ainda presentes na atualidade, encontrando nas tecnologias da informação a legitimação da citada utopia, tal como é possível verificar na metáfora do “cérebro eletrônico”, permanentemente citada quando se fala em memória no digital. Dessa forma, desde as “extensões do homem” como enfatizava Marshall McLuhan (2011), à inteligência artificial, como apregoado por Pierre Lévy, seriam os meios os responsáveis pela “busca, localização, interpretação, sintetização, seleção, releitura, tornando a memória de acúmulo em uma memória viva” (Lévy, 2006, p. 272).

Os “lugares da memória”, como dito por Nora (1993), agora estariam sendo virtualmente oferecidos, garantidores de seguridade, unidade e confiança que, segundo Jean Baudrillard (2006), emprega aos meios ainda maior força simbólica. A certeza de que tudo está ali, disponível, conservado, de que em instantes será resultado o que foi desejado, manifesta-se como um ideal de que o conhecimento está sendo ofertado livre de qualquer barreira e para todos, o que, como visto, toca em questões profundas da comunicação e da cultura. As atuais denominações de “sociedade do conhecimento”, “cultura da democratização da informação” e “cultura do compartilhamento”, são manifestações evidentes da crença de uma memória coletiva sendo formada. As camadas de sentido pertencentes aos diversos estágios de compreensão e de tentativa de concretização da memória se refletirão neste caso de modo simultâneo, observado nas tentativas de controle dos conteúdos permitidos pelos meios e no deslumbramento que estes mecanismos proporcionam.

Ao procurar compreender o modo como a confiança se estabelece no “Efeito Google”, o estudo da Dra. Sparrow e sua equipe a compara ao conceito de “memória transacional”, elaborado pelo psicólogo Daniel Wegner (1986), que vê a tendência no ser humano, frente à quantidade de informações, de compartilhar suas necessidades de rememoração com terceiros. Como exemplo, ele sugere um casal em que o marido confia que a esposa lembre informações necessárias ao cotidiano, enquanto ele lembraria de outras informações importantes à sua vida conjugal. A memória assim não seria duplicada desnecessariamente, mas sim de modo complementar.

No caso do “Efeito Google” isso repercutiria em uma parceria entre usuário e sistema, uma cumplicidade que se cria pois se tem a “sensação que a internet se tornou parte de seu próprio conjunto de ferramentas cognitivas” (Wegner, Ward, 2015, p. 66). É como se o indivíduo não diferenciasse mais o que é a sua memória pessoal das informações oferecidas virtualmente, isso porque,

comunicação ao ver que “as novas memórias podem ser interpretadas enquanto técnicas que visam a salvação das almas”, o que destaca esse significado “trans-humano”.*As referências às obras de Flusser sinalizam sua localização no Arquivo Vilém Flusser São Paulo, pois ainda não se encontram publicadas

“a informação buscada na internet chega às vezes mais rápido do que se estivéssemos vasculhando o fato em nossa memória” (Wegner, Ward, 2015, p. 66).

No entanto, diante desse cenário indicado pela Dra. Sparrow e pelo fascínio evidenciado pelos estudos da informação acerca dos sistemas capazes de armazenamento, é possível questionar-se também se essas relações realmente respondem a todas as necessidades apresentadas, bem como o modo como elas efetivamente se estabelecem e suas implicações para a apreensão das informações.

A virtualização da memória

Embora seja plausível pensar sobre a capacidade de acumulação dos meios e a possível facilitação de acesso que influem diretamente na retenção dos conteúdos, como demonstra o “Efeito Google”, estas condições podem também ser refletidas como resposta à incapacidade de se lidar com o volumoso excesso de conteúdos que continuamente são produzidos e disponibilizados (Baitello, 2005). Reflete-se assim mais um enaltecimento, um “excesso de positividade”, como pensado por Byung-Chul Han (2015), do que um aprofundamento das problemáticas que cercam este fenômeno, como a própria “sobrevivência psíquica” do usuário de terceirizar para o sistema a responsabilidade de resgatar e ofertar tantos dados.

Nesse sentido, embora não contemple o tema memória, o pensamento de Han esclarece que sob a ideia de “positividade”, todas as informações, estímulos e impulsos tendem a ser vistos como características benéficas à sociedade *multitasking* (multitarefa), que tem no máximo desempenho o sinônimo de satisfação. Assimilando o excesso como estímulo positivo, acredita o autor, perde-se a capacidade de discriminação com o que é nocivo. Por isto, todos os ambientes contemporâneos, com evidente presença da memória digital, são marcados pela completa saturação.

Sintomas contemporâneos como Síndrome de Hiperatividade, Transtorno de Personalidade Limítrofe ou Síndrome de Burnout seriam evidências dos efeitos trazidos pelo excesso e pela forma com que ele é assimilado. A hiperatenção se assemelha à sensação de medo contínuo, de estar sempre alerta.

Um animal ocupado no exercício da mastigação de sua comida tem de ocupar-se ao mesmo tempo também com outras atividades. Deve cuidar para que, ao comer, ele próprio não acabe comido. Ao mesmo tempo tem de vigiar sua prole e manter o olho em seu (sua) parceiro(a). Na vida selvagem, o animal está obrigado a dividir sua atenção em diversas atividades. Por isso, não é capaz de aprofundamento contemplativo – nem no comer nem no copular. O animal não pode mergulhar contemplativamente no que tem diante de si, pois tem de elaborar ao mesmo tempo o que tem atrás de si. Não apenas a multitarefa, mas

também atividades como jogos de computador geram uma atenção ampla, mas rasa, que se assemelha à atenção de um animal selvagem (Han, 2015, p. 32).

Sob o “Efeito Google” o usuário pode estar eximindo-se de apreender os conteúdos que acessa, pois, sob tais condições, sempre haverá algo a mais para ser visto, gerando uma constante sensação de falta e uma permanente atenção diante dos variados estímulos que chegam. Um desejo não satisfeito que aumenta proporcionalmente à quantidade de estímulos ofertados, como esclarece Norval Baitello (2010) ao se referir ao pecado capital da gula, mostrando com isso um fenômeno implícito a esse efeito, o de que ele acontece, em verdade, pela possível saturação do próprio indivíduo em reter tudo que a ele se exhibe.

A imediatividade e o desempenho, qualidades antes exaltadas nas tecnologias, tornam-se características presentes no próprio comportamento dos usuários. Estes, em favor do armazenamento e da disponibilização, passam a computar à máquina suas próprias informações ao mesmo tempo em que estas lhes traz aceleradamente o que acredita ser válido de ser visto.

Uma troca entre sistema e usuários, mas que pode não se dar com a equidade prevista nos estudos de Sparrow e Wegner, mostrando-se mais como uma vantagem do sistema em relação a quem o usa. Enquanto o sistema se fortifica com o ininterrupto acúmulo de informações, o usuário lhe serve com estas ao mesmo tempo em que espera as melhores respostas. O “funcionário” flusseriano (Flusser, 2008) se presentifica ao jogar as regras do aparelho, tornando-o ainda mais eficaz em sua função, com a particularidade de que nesse caso esses sentidos se envolvem com a idealização mnemônica anteriormente exposta.

Este fato se comprova em duas ocorrências paralelas. A primeira delas, vista na pesquisa promovida pela *Axandra SEO Softwares*, demonstra que, em média, 91,63% dos usuários acessam somente os primeiros dez resultados oferecidos, ou seja, na primeira página apontada pelo *Google*, e que esse número cai para 4,49% na segunda página até chegar a 0,49% na quinta página, tornando-se praticamente “invisíveis” ou “inacessíveis” os resultados mostrados da sexta página em diante⁶. Já na segunda, em razão da primeira, foi testada uma busca simples com a *tag* “google” no próprio *Google*, o que permitiu chegar ao valor de oito bilhões e quatrocentos e sessenta milhões de resultados disponíveis, tendo sido necessários 0,39 segundos para se chegar a eles. Buscando compreender a eficácia do sistema decidiu-se ir até o final da busca. Na primeira tentativa, foi possível chegar até a página 16, sendo que cada página acumula 10 links, totalizando 162 páginas possíveis de serem visualizadas, pois ao final a seguinte mensagem aparece: “para mostrar os resultados mais relevantes, omitimos algumas entradas bastante semelhantes aos 162 resultados já exibidos. Se desejar, você pode repetir a pesquisa incluindo os resultados omitidos”. A fim de continuar

⁶. Dados retirados a partir das pesquisas realizadas por Axandra SEO Softwares. Disponível em <http://www.axandra.com/>. Acesso em 15 fev. 2018.

comprovando seu funcionamento, optou-se por repetir a busca, que na segunda vez permitiu chegar até a página 53, totalizando 530 resultados disponíveis. A partir deste ponto, o *Google* não permite mais estender a pesquisa. Dessa forma, percebe-se que o valor de dados informados na procura e o real acesso que se tem, considerando a segunda busca, é de 0,0000072017% do total anunciado, evidentemente bastante inferior ao prometido.

Ainda que estudos complementares se façam necessários para problematizar essas ocorrências, em ambos os casos é possível observar uma contradição no fenômeno aqui analisado. Quando evidenciado como comportamento que atribui ao sistema a responsabilidade do armazenamento e da rememoração, o “Efeito Google” denota a supracitada relação de cumplicidade estabelecida entre o usuário e o programa, já que este se oferece como ambiente seguro para esta relação. Em contrapartida, diante desta relação percebe-se um “automatismo” (Flusser, 2008) de acesso que claramente não é questionado, já que os conteúdos, além dos que são imediatamente ofertados, sequer estão realmente disponíveis.

Esta incongruência entre o que é anunciado e o que é de fato praticado leva a crer que o usuário toma os primeiros resultados como verdadeiros, excluindo o *Google* de disponibilizar a totalidade das informações, considerando-os convenientemente como respostas ideais de sua pesquisa. Além de confirmar a leitura da Dra. Sparrow de que se crê que os conteúdos poderiam ser acessados em algum momento futuro, esse funcionamento também evidencia que o sistema, em meio a uma quantidade excedente de conteúdos, seleciona e indica o que deve ser visto, o que deverá ser lembrado.

Em se tratando do tema memória, indica-se que esse gerenciamento dos conteúdos disponíveis e acessíveis são correlatos a um funcionamento narrativo, que ordena categoricamente o que é válido ou não de ser visto, fato esse explorado por Eli Pariser (2011) ao evidenciar que o sistema de acesso funciona com base em “filtros bolhas” que priorizam cada vez mais a personalização dos resultados. Isso significa que se dois usuários, por exemplo, pesquisarem o mesmo tema, provavelmente os resultados expostos serão diferentes para ambos, pois seus históricos, suas memórias e gostos indicam ao sistema qual será o resultado particularmente ideal.

À guisa de conclusão: memória e percepção no virtual

Se pensados todos os tópicos apresentados nesta reflexão, que fundamentalmente permitiram investigar alguns dos sentidos subjacentes ao “Efeito Google”, é possível questionar sobre até que ponto essas dinâmicas não afetam diretamente a capacidade de memorização dos próprios usuários, já que estes se relacionam com base na crença, na imediatividade e no automatismo de acesso.

Quando compreendida sob a perspectiva subjetiva, ou seja, o modo como o indivíduo lida com suas lembranças, os estudos da memória possuem uma vasta literatura – evidenciada nos estudos de Henri Bergson (2010), Sigmund Freud (1996), Vygotsky (1984), Walter Benjamin (1994) e Aleksander Luria (1999) – que de diferentes modos tentaram compreender de como as imagens passadas constituíram-se enquanto base para a constituição do próprio indivíduo. Em todos os casos é consensual, mesmo que observado de modos diversos, que o acúmulo das informações não se configura mecânica e integralmente. A memória é um processo extremamente complexo que envolve a percepção e reelaboração permanente no modo como o indivíduo se relaciona com seu meio, como resultado das experiências, práticas e observações que teve. Estabelecida conscientemente ou não, a memória se refere ao aprendizado do indivíduo, não limitado ao resgate imediato da lembrança – tal como um arquivo –, mas envolvido com a permanente influência das emoções e de sua própria imaginação.

A “força da imaginação” (*Einbildungskraft*), pensada por Dietmar Kamper (1994), representaria a mencionada constituição da memória do indivíduo, pois, segundo o autor, sua atuação se exerceria com base nas imagens internas do sujeito pensadas e retrabalhadas corporalmente (*KorperDenken*). De acordo com Kamper, é justamente essa capacidade imaginativa que se vê diminuída frente à crescente abstração criada pelo virtual, onde o corpo e suas imagens dão lugar a uma espécie de imaginário mnemônico criado por esses meios.

As respostas prontas e imediatas oferecidas pela memória digital implicariam, se pensadas a partir das contribuições de Kamper, que estas informações não estariam gerando efetivamente memória para os indivíduos, mas sim uma literalização do conhecimento e apreensão do mundo cada vez mais mediado por esses programas.

O ambiente de memória criado pelos meios digitais, fruto de toda idealização cultural, que proporcionaria a articulação libertadora das informações – em menção à afirmação de Flusser –, parece não corresponder aos objetivos em que foi inicialmente pensado. Isso porque ele próprio se vê revestido por condicionantes, como a saturação de conteúdos e automatismos em sua disponibilização, que o encaminham a uma outra configuração. Como se buscou demonstrar no decorrer desta análise, um dos fenômenos que lhe são provenientes é um efeito que se repercute na imagem que o constrói, na crença que ela gera em seus usuários e no modo como efetivamente se determina, alterando o modo como as informações são recebidas e apreendidas, com claro impacto na comunicação que está sendo gerada.

Referências bibliográficas

BAITELLO, N. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma teoria da mídia. - São Paulo: Paulus, 2010.

_____. A era da iconofagia. **Ensaio de comunicação e cultura**. – São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BAUDRILLARD, J. **A transparência do mal**: ensaio sobre os fenômenos extremos. Trad. Estela dos Santos Abreu. Campinas: Papirus, 1990.

_____. Além do princípio da memória social. In. CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERGSON, H. Matéria e memória. **Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

SPARROW, B.; LIU, J.; WEGNER, D. M. **Google Effects on Memory**: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips, Science Magazine. 05 August 2011. Vol. 333 <http://www.sciencemag.org/content/333/6043/776.full.pdf>

COLOMBO, F. Os Arquivos Imperfeitos. **Memória Social e Cultura Eletrônica**. São Paulo: Perspectiva, 1986

DE CERTAU, M. **A escrita da história**. Rio de Janeiro, Forense, 1982.

FLUSSER, V. **Comunicologia**: reflexões sobre o futuro: as conferências de Bochum. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

_____. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

FREUD, S. Uma Nota Sobre o Bloco Mágico. In: **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. Vol XIX. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1996.

HALBWACHS, M. A memória coletiva. São Paulo: Centauro, 2006.

HAN, B. Sociedade do cansaço. Petrópolis: Vozes, 2015.

HERSCHEL, A. J. **A passion for truth**. New York: Jewish Lights Publis, 1995.

KAMPER, D. Ästhetik der Abwesendheit. Die Entfernung der Körper. München: W. Fink, 2008.

_____. Bildstörungen. Im Orbit des Imaginären. Stuttgart, Cany, 1994.

KERCKHOVE, D. **A pele da cultura**. São Paulo: Annablume, 2009.

LE GOFF, J. **História e Memória**. Campinas: Unicamp, 2003.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2011.

_____. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2011.

_____. A memória como processo no tempo presente. In. CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes.

Porto Alegre: Sulina, 2006. 263-286.

LURIA, A. R. **A mente e a memória**: um pequeno livro sobre uma vasta memória. Trad. Claudia Berliner. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MCLUHAN, M. **O meio é a mensagem**. São Paulo: Ima Editorial, 2011.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: PROJETO HISTÓRIA: **Revista do Programa de Estudo Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP**. n.10. São Paulo, 1993

PARISER, E. **The Filter Bubble**. Penguin Books: New York, 2011.

PLATÃO. Teeteto. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2010.

_____. Fedro. São Paulo: Edições 70, 2009.

RICOEUR, P. A memória, a história, o esquecimento. Campinas: Unicamp, 2008.

SANTO AGOSTINHO. **Confissões**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

VERNANT, J. **Mito e pensamento entre os gregos**: estudos de psicologia histórica. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

VYGOTSKY, L.S. **A formação social da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 1984.

WEGNER, D. M. (1986). **Transactive memory**: a contemporary analysis of the group mind. In: **Theories of group behavior**. Editado por Brian Mullen e George R. Goehals, Springer.

WEGNER, D.; WARD, A. F. (2015). O efeito Google no cérebro. Revista Mente e Cérebro, maio de 2015.

WEINRICH, H. **Lete**: arte e crítica do esquecimento. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

YATES, F. **A arte da memória**. Campinas: Unicamp, 2007.

Conversações políticas sobre migração no site Cubadebate: uma abordagem pragmatista a partir dos aportes de John Dewey¹

Elisa Beatriz Ramírez Hernández

Mestranda em Comunicação Social pela UFMG.

E-mail: elisabeatriz88@gmail.com

Ângela Cristina Salgueiro Marques

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG.

E-mail: angelasalgueiro@gmail.com

O artigo apresenta uma discussão em torno dos conceitos de *experiência e público* que embasam a obra do pragmatista americano John Dewey. Em seguida, propõe-se uma breve análise de conversações políticas online sobre migração no site governista *Cubadebate*, ocorridas em janeiro de 2017, em um contexto de reaproximação diplomática entre Cuba e os Estados Unidos. Objetiva-se mostrar como emerge nessas interações uma voz coletiva, “nós, os cubanos”, que se coloca como sujeito de fala principal no fórum de comentários dos participantes, a partir de reflexões sobre a Cuba atual.

Palavras chave: pragmatismo, Dewey, experiência, públicos, Cuba, migração, conversações online

1. Este trabalho foi realizado com apoio do CNPq, CAPES e FAPEMIG. As autoras agradecem às contribuições feitas para professora Paula Guimarães Simões a uma primeira versão deste texto.

Political conversations on migration on Cubadebate website: a pragmatist approach based on the contributions of John Dewey

The article presents a discussion about the concepts of experience and public that support the work of the American pragmatist John Dewey. We then propose a brief analysis of online political conversations about migration at the Cubadebate website, which occurred in January 2017, in a context of diplomatic rapprochement between Cuba and the United States. The objective is to show how a collective voice, “us Cubans”, emerges in these interactions, which is presented as the main subject of speech in the participants’ comments on the forum, based on reflections on the actual scenario of Cuba.

Keywords: pragmatism, Dewey, experience, publics, Cuba, migration, online conversations

Conversaciones políticas sobre migración en el sitio web Cubadebate: un enfoque pragmatista a partir de los aportes de John Dewey

Resumen: El artículo presenta una discusión sobre los conceptos de experiencia y público que fundamentan la obra del pragmatista estadounidense John Dewey. En seguida, se propone un breve análisis de conversaciones políticas en línea sobre migración en el sitio gubernamental Cubadebate, ocurridas en enero de 2017, en un contexto de acercamiento diplomático entre Cuba y Estados Unidos. Se pretende mostrar cómo emerge en esas interacciones una voz colectiva, “nosotros, los cubanos”, que se plantea como sujeto de habla principal en el foro de comentarios de los participantes, a partir de reflexiones sobre la Cuba actual.

Palabras clave: pragmatismo, Dewey, experiencia, públicos, Cuba, migración, conversaciones en línea

Introdução

O pragmatismo, ou filosofia da ação, articulou, durante o final do século XIX e início do século XX, as reflexões de filósofos como Charles S. Peirce, William James, John Dewey e George Herbert Mead em torno da tarefa de priorizar as dimensões intersubjetiva, social e comunal da experiência (BERNSTEIN, 2005). As reflexões desenvolvidas por esses filósofos norte-americanos tiveram grande influência nas obras escritas pelos novos pragmatistas alemães como Jürgen Habermas, Karl O. Apel e Axel Honneth (MENDONÇA, 2013).

Um atual e renovado interesse pelo pragmatismo pode ser associado, por exemplo, ao fato de que esses filósofos alemães têm procurado desenvolver discussões que colocam em contato dimensões da comunicação, da ética, da estética e da política. A nosso ver, uma preocupação em comum une esses autores (incluindo entre eles os norte-americanos Richard Rorty e Nancy Fraser): a busca de princípios coletivos capazes de questionar o sofrimento humano, a humilhação, a desvalorização e a ausência de reconhecimento social.

O olhar comunicacional pragmático busca a dinâmica das interações entre os sujeitos, a construção recíproca de sentidos e a atualização constante dos códigos de justiça que norteiam as práticas dos indivíduos em comunidade. Esse olhar abrange o modo criativo por meio do qual ações e interações tornam-se imprevisíveis, posições são revistas, argumentos são considerados e reconsiderados, alteridades são respeitadas em suas diferenças, enfim, o modo como uma comunidade avança em suas formas de interpretar e significar o mundo tomado em sua complexidade. A peculiaridade do paradigma comunicacional fundado na práxis está em fazer com que a comunicação deixe de ser “um processo recortado e restrito, para ser tomada como lugar de constituição dos fenômenos sociais, atividade organizante da subjetividade dos homens e da objetividade do mundo” (FRANÇA, 2008, p.73).

E é justamente esse entendimento da comunicação que pode nos auxiliar a construir uma aproximação entre as ideias filosóficas e políticas de Dewey com a configuração de espaços online de interlocução e debate em Cuba. A partir dos conceitos de experiência e público, buscamos entender como o crescente acesso à internet nesse país contribuiu para a constituição de situações de interlocução online cada vez mais conflitantes e participativas, sobretudo quando se trata de questionar políticas ligadas à migração.² Toma-se como objeto de análise empírica as discussões no site cubano *Cubadebate* a partir da notícia publicada³ em 12 de janeiro de 2017, com a manchete *Barack Obama pone fin a la política “pies secos, pies mojados”*⁴ (Barack Obama põe fim à política de “pés secos, pés molhados”) o que gerou um total de 278 comentários. Explicitaremos mais adiante os motivos de nossa escolha e o desenho metodológico dela derivada. Por ora, é importante apenas ressaltar que depois do anúncio da reaproximação diplomáti-

ca entre Cuba e os Estados Unidos, em 17 de dezembro de 2014, vários acontecimentos suscitaram debates públicos sobre a realidade cubana atual, assim como especulações sobre uma possível transição política.

Nesse sentido, o texto está dividido em três partes principais: a primeira delas busca realizar um breve panorama das contribuições de John Dewey para o pensamento da comunicação e suas possíveis relações (resguardadas as especificidades entre as situações presenciais e virtuais de diálogo) com as trocas conversacionais realizadas online. A segunda parte apresenta as análises empíricas realizadas a partir da discussão sobre a política migratória em Cuba promovida pela plataforma Cubadebate e, por fim, a terceira parte traz algumas considerações acerca das potencialidades das ideias de Dewey para a explicação de fenômenos em que as interações comunicativas orientam a ação coletiva dos indivíduos em uma determinada ordem social.

Contribuições de John Dewey para o pensamento comunicacional

No contexto de um vertiginoso desenvolvimento urbano e industrial no início do século XX, se desenvolveu na cidade de Chicago a linha de pesquisa sociológica e psicossociológica que conhecemos como interacionismo simbólico, termo cunhado por Herbert Blumer⁵, em 1938. Para os pesquisadores que se articularam em torno do que conhecemos como “Escola de Chicago”, os processos de interação recíproca são construídos como objeto predileto de seus estudos, enfatizando os aspectos intersubjetivos de constituição das identidades e quadros culturais de sentido. O pragmatismo, como fonte filosófica da Escola, guiava uma concepção de ordem social como ação autorregulada para a resolução coletiva de problemas. Nesse viés, se considera que as relações sociais são constantemente reelaboradas pelos membros da comunidade, por meio de ações não fixadas em regras, mas atualizadas nas interações (JOAS, 1999; QUÉRÉ, 1991).

Entre os autores mais representativos desta Escola está John Dewey (1859-1952), cujas contribuições tiveram grande impacto na abordagem da relação entre os domínios do público e do privado, uma vez que ele elabora uma linha de pensamento político que considera o processo da ação coletiva como ponto de partida e destaca a centralidade da comunicação nos processos de resolução de problemas coletivos, em uma espécie de auto-regulação consciente (JOAS, 1999). Sob esse viés, o efeito democrático de processos de politização das conversas cotidianas é o de promover o entendimento coletivo de questões que são consideradas publicamente relevantes, o que pode reverberar em uma maior participação dos indivíduos no espaço público e abrir assim possibilidades para formas de vida mais justas.

2. A quantidade de usuários de internet em Cuba tem aumentado recentemente de 27% (2014) a 40% (2016), por exemplo (ONEI, 2017, p.7).

3. Disponível em: < <https://goo.gl/hpxGXm> >, acesso em 22/01/2018.

4. O objeto apresentado faz parte do conjunto de episódios interacionais que integram a pesquisa de mestrado em andamento de uma das autoras.

5. Mead ministrou aulas na Universidade de Chicago na década de 1920, mas suas ideias foram publicadas postumamente. A expressão “Interacionismo simbólico” aparece em 1937, em um artigo escrito por Herbert Blumer. É importante salientar que Mead colaborou com os trabalhos de Dewey, reforçando o viés pragmatista partilhado por ambos.

As concepções desse pensador sobre o papel da experiência nas práticas políticas do cotidiano contribuem para o entendimento das relações dos seres humanos com o ambiente que os rodeia, a partir da criação de situações comunicativas nas quais a reciprocidade da observação mútua dos comportamentos dos sujeitos, permite-lhes criar quadros de sentido comuns para as ações que visam entender e/ou solucionar problemas e questões coletivas. A partir de obras fundamentais como *Experiência e Natureza* (1929), *Arte como experiência* (1934)⁶ e *O público e seus problemas* (1927), entende-se como a experiência combina elementos subjetivos e comuns de modo a configurar a “comunicação dirigida à resolução de problemas de interesse coletivo como condição essencial da ordem social” (JOAS, 199, p. 124).

Para Dewey (1934, p.122), “toda experiência é resultado da interação entre uma criatura viva e algum aspecto do mundo em que ela vive”, e se relaciona com um poder criativo que incide na Natureza. Essa perspectiva vai indicar que a experiência constitui-se como uma ponte entre o que já vivemos e o que ainda está por vir em nossas vidas (que não são fluxos lineares e uniformes de acontecimentos). Ela própria torna-se significativa quando, em sua totalidade, incorpora e conecta - em uma história - elementos de ambos os lados da passagem, através de reflexão consciente dos sujeitos envolvidos.

Para a experiência se constituir em sua totalidade, segundo Dewey (1934), precisa possuir qualidade estética determinada pelas emoções que conferem uma unidade qualitativa a materiais externamente dessemelhantes, ou seja, as emoções conectam as partes variadas da experiência e a qualificam como um todo, como uma narrativa. Esse trabalho de articulação de parcelas do vivido é marcado por momentos reflexivos de pausa e repouso que definem sua qualidade, resumem aquilo que aconteceu e impedem sua evaporação. Há um elemento rítmico fundamental na cadência que leva à consumação do movimento. O lugar de repouso na experiência, segundo o autor, é um “padecer”, ou seja, uma forma de vivenciar acontecimentos na qual o sujeito tensiona e incorpora ao presente as consequências de atos passados, os quais trazem significados a serem extraídos e conservados. Assim, a relação entre o fazer e o estar sujeito a algo é o que demarca o significado da experiência (DEWEY, 1929). A capacidade reflexiva dos sujeitos no agir, na percepção de consequências e reconfiguração de ações coletivas é uma das características fundamentais do pensamento de Dewey.

As concepções de Dewey sobre a experiência se relacionam com as ideias desenvolvidas na obra *O público e seus problemas* (1927), na qual ele analisa como os indivíduos afetados pelas consequências da ação social interpretam, avaliam e atuam coletivamente na resolução de problemas. A busca coletiva por respostas a essas afetações é o que faz emergir o público (ator central da construção da democracia), sendo que a comunicação desempenha um papel central nesse processo.

6. Resultado de dez conferências proferidas entre o inverno e a primavera de 1931 na Universidade de Harvard.

É paupável o interesse de Dewey (1927a) pela democracia como uma ideia de organização da sociedade em uma vida comunitária, encarnada nas relações humanas, mais do que como sistema político de governo. Nesse processo, Dewey (1927c) destaca que diferentes grupos sociais com iguais objetivos podem variar quantos aos meios escolhidos, já que ele entende a democracia não apenas como um processo que visa atender a fins precisos, mas fundamentalmente com ênfase nos meios para alcançá-los.

Haveria um esforço coletivo pela construção de um bem comum compartilhado, que considera o interesse do público como uma guia da atividade governamental. A principal dificuldade, no entanto, é encontrar “os meios pelos quais um público disperso, inconstante e múltiplo possa se reconhecer de forma a definir e expressar seus interesses” (DEWEY, 1927a, p.4). Nesse ponto, podemos dizer que a noção de público é uma peça-chave do processo.

De um lado, “o público consiste em todos aqueles que são afetados pelas consequências indiretas das transações a tal ponto que se considera necessário ter essas consequências tratadas sistematicamente” (DEWEY, 1927b, p.10). De outro, quando as consequências das ações atingem apenas àqueles envolvidos na ação, entra-se no terreno do privado.⁷ Assim como o público possui um caráter dinâmico, aponta-se que a formação dos Estados deve ser experimental, feita sob constante escrutínio e avaliação (JOAS, 1999).

As reflexões de Dewey nos auxiliam a construir as análises apresentadas na seção seguinte. É um desafio aproximar um ideal de democracia pautado pelas interações comunicativas de um contexto considerado “não democrático”, devido à ausência em Cuba das estruturas políticas normativas do sistema democrático. Por outra parte, no panorama de uma mídia unidirecional, subordinada aos interesses políticos do governo cubano, observa-se a relevância nas discussões no portal de notícias *Cubadebate* (meio de maior visibilidade da web cubana), pela possibilidade dos cidadãos interagirem em debates críticos sobre as matérias publicadas com questões que afetam a todos, algo que dificilmente ocorre em outros espaços midiáticos do poder político hegemônico na Ilha (IPS, 2018).

A migração cubana, experiência e coletividade em diálogo

Em diálogo com as noções teóricas apresentadas, propõe-se nessa seção uma breve análise sobre o episódio de interações comunicativas ocorrido no site governista cubano *Cubadebate* (criado em 2003) a partir da notícia publicada em 12 de janeiro de 2017, com a manchete “*Barack Obama pone fin a la política ‘pies secos, pies mojados’*” (Barack Obama põe fim à política de “pés secos, pés molhados”), gerando cerca de 278 comentários⁸.

7. É importante dizer que Dewey (1927b) não considera a distinção público/privado como similar a individual/social. O autor sinaliza que toda transação realizada por duas ou mais pessoas é social, e destaca que “assim como o comportamento não é antissocial ou não-social porque foi realizado privadamente, ele não é necessariamente valioso socialmente porque foi realizado em nome do público por agentes públicos (DEWEY, 1927b, p.10). Dessa forma, ele argumenta que a comunidade e seus interesses não pode ser identificada com o Estado ou com uma comunidade politicamente organizada.

8. Os comentários escolhidos como exemplo foram editados pelas autoras, na tradução para o português, e com o objetivo de se ajustarem ao espaço disponível no artigo.

A crescente participação dos cubanos nas novas plataformas de comunicação online impacta na reconfiguração de esferas públicas de conversação política cotidiana.⁹ Ainda que os meios cubanos tradicionais com presença online tendam a reproduzir os padrões de troca comunicativa característicos dos encontros face a face, *Cubadebate* chama a atenção pela abertura ao debate crítico e conflito de opiniões. A atualização de sua plataforma para a Web 2.0 possibilitou o surgimento de um fórum comentários em que se estabelecem conversações e trocas entre os leitores. Se considerarmos as limitações para o amplo acesso às redes sociais no país, plataformas como *Cubadebate* adquirem maior relevância pela possibilidade que oferecem aos cidadãos de conversarem sobre temas que consideram importantes¹⁰, configurando ações comunicativas, práticas de expressão e argumentação que os permitem existir como “públicos”.

Tomamos como eixo central de observação um sujeito de fala coletivo que emerge nos comentários do fórum, pois apesar de cada intervenção trazer um ponto de vista pessoal, os participantes falam em nome dos cubanos como uma totalidade. Buscamos compreender o protagonismo da voz coletiva que identifica as discussões e o modo pelo qual o “eu” se articula com o “nós”. Nesse sentido, Dewey (1927a, p.7) aponta que: “ ‘nós’ e ‘nosso’ existem apenas quando as consequências da ação combinada são percebidas e se tornam um objeto de desejo e esforço, assim como “eu” e “meu” entram em cena somente quando uma parte distintiva na ação mútua é conscientemente afirmada ou reivindicada”.

A maioria dos argumentos dos participantes são apresentados como representativos de uma comunidade toda, os cubanos de dentro e fora da Ilha, que ao longo de quase 60 anos de migrações têm constituído um espaço comum no imaginário nacional. O sujeito coletivo das enunciações (nós, os cubanos, o cubano, o povo) conduz um discurso conjugado em primeira pessoa do plural, embora cada fala seja também resultado de experiências privadas. O interesse é conhecer como é construído esse público, a forma pela qual indivíduos diversos se reconhecem afetados pelas consequências da ação social e visam definir e expressar seus problemas e interesses.

A migração e sua definição como problema público em Cubadebate

A migração constitui o eixo das interações analisadas, por ter se constituído uma realidade transversal ao período revolucionário cubano e por se envolverem nela questões de natureza familiar, econômica e política. Na extensa história de tensões políticas entre Cuba e os Estados Unidos, o governo americano promulgou em 1966 a Lei de Ajuste Cubano, que outorga privilégios legais e econômicos para os cubanos que chegam nesse país. Após a Revolução Cubana de 1959,

houve vários momentos de êxodo migratório na Ilha¹¹, seja por razões políticas ou econômicas. A legislação cubana desde 1961¹² tem identificado o ato de migrar como traição à Pátria, referindo-se àqueles grupos de oposição burguesa afetados pela nacionalização da propriedade privada no processo revolucionário.

Como parte de uma política “amigável” com a Ilha, o presidente Barack Obama anunciou uma semana antes de acabar seu mandato o fim da política “pés secos, pés molhados”, uma medida que tinha sido adotada em 1995 pelo governo americano e que Cuba identificava como um estímulo à emigração ilegal¹³. Essa política ditava que os cubanos interditados no mar (pés molhados) seriam retornados a seu país ou a outro próximo, mas os que conseguissem chegar a terra (pés secos) poderiam se acolher aos benefícios brindados pelo governo americano.

No caso específico deste artigo, analisamos conversações políticas acerca da nova política migratória em Cuba, estabelecida em 2014, durante o segundo mandato do presidente americano Barack Obama, quando são tomadas uma série de ações para a normalização das relações bilaterais entre Cuba e os Estados Unidos. Assim, com a abertura da embaixada em ambos os países (2015) se reestabeleciam formalmente as relações diplomáticas que cessaram com o triunfo da Revolução. Como parte dessas transformações, anunciou-se em 12 de janeiro de 2017, apenas uma semana antes de finalizar mandato de Obama, um novo acordo migratório entre as partes.

Assim, entendendo as trocas comunicativas em Cubadebate sobre esse acordo como parte de um processo de definição de um problema coletivo e de formação de um público, selecionamos para a análise empírica um fio de conversação que corresponde à notícia publicada em Cubadebate no dia 12 de janeiro de 2017, com a manchete *Barack Obama pone fin a la política “pies secos, pies mojados”*¹⁴ (Barack Obama põe fim à política de “pés secos, pés molhados”) o que gerou um total de 278 comentários. Todos os comentários foram lidos e organizados tematicamente em torno de três eixos principais construídos a partir do pressuposto, inspirado em Dewey, de que as interações comunicativas auxiliam processos democráticos quando os interlocutores se engajam nos seguintes processos:

- Tentativas de definição e compreensão da questão em causa: os parceiros de interação buscam estabelecer o que é importante a partir da modelagem mútua de de um quadro de sentidos compartilhados (definição do contexto e das regras da interação).
- Negociação de interpretações sobre a situação em causa: apropriação e contestação crítica dos pontos de vista publicamente disponíveis.
- Articulação da experiência pessoal com princípios mais gerais de definição de interesses comuns, visando ampliar os horizontes de entendimento para além do ponto de vista subjetivo. Os participantes procuram vivências comuns que podem ser úteis na interpretação cooperativa e conflitiva de uma questão ou problema, identificando uma série de possibilidades de abordá-lo.

9. Segundo Herrera (2016), é possível identificar no panorama cubano político: a esfera pública oficial, a esfera cultural/intelectual, a esfera opositora, a esfera crítica alternativa oficialmente tolerada, e a esfera diaspórica.

10. O ranking de Alexa (<http://goo.gl/Nfwjuy>) coloca o Cubadebate no 5º lugar de preferência pelos cubanos e no 1º em correspondência com as demais páginas do domínio ponto.cu.

11. Alguns momentos relevantes ocorreram em 1980, 1994 e 2015, fundamentalmente.

12. Lei Nº. 989 de 1961.

13. A distância em linha reta entre Havana e Miami é de 150 Km aproximadamente, o que impulsionava os cubanos se lançarem à migração ilegal via marítima, inclusive em embarcações artesanais.

14. O objeto apresentado faz parte do conjunto de episódios interacionais que integram a pesquisa de mestrado em andamento de uma das autoras.

É importante dizer que, na prática, esses três processos acima descritos encontram-se imbricados nas trocas conversacionais online e, por isso, nas análises que se seguirão não era nosso objetivo separá-los, mas justamente evidenciar como se definem de maneira concomitante e intimamente interligados. Os posts escolhidos para as reflexões tendem, a nosso ver, a ser representativos desses três processos.

Uma primeira questão que emerge nas discussões é a divisão de grupos entre os que concordam com a eliminação da lei americana, que chamamos da posição do “Sim”, e os que lamentam o fato, assumindo o “Não”, sendo que há vários casos em que se tenta fazer uma valoração dos prós e contras envolvidos. A natureza anônima do fórum não permite identificar perfis que possam ser correlacionados às opiniões, porém, é comum encontrarmos nos próprios depoimentos marcas que indicam o lugar de fala dos participantes.

Dessa forma, “o cubano”, como sujeito coletivo, se desdobra em vários tipos tematizados pelos participantes: o cubano emigrado, geralmente localizado nos Estados Unidos (EEUU); o que estava a caminho para os EEUU e não irá conseguir entrar no país por causa da eliminação imediata da lei; o que reside em Cuba, mas pensa na migração como projeto de vida e ficou “sem saída”; o cubano que mora na Ilha, mas está ligado a sua família no estrangeiro. As avaliações dos comentaristas sobre o que pode ser certo ou errado passam pelas experiências individuais que antecedem à fala, por certa identificação com a realidade atual de Cuba e por sentimentos de empatia diante de situações de vulnerabilidade.

Alguns dos comentários mais polêmicos são os que tematizam a figura do emigrado ou de quem deseja emigrar. De um lado, os cubanos que moram nos EEUU são classificados às vezes como bandidos que realizam atos ilícitos para fugir da necessidade de trabalhar; assim como outros que visitam Cuba de volta só para ostentar um nível de vida melhor, embora trate-se apenas de aparências. Nessa linha de argumentação, parece se descolar moralmente do coletivo um tipo de cubano que busca na emigração uma vida mais “fácil” e que não incorpora para si os sacrifícios econômicos compartilhados pelo povo cubano.

Perante essa visão negativa, aparece a argumentação oposta de outros participantes que defendem o direito individual à livre mobilidade, reivindicam o esforço que os emigrados fazem ao começarem a vida do zero em outro país, e o quanto eles trabalham para melhorar seu status e ajudar com o envio de remessas financeiras às famílias em Cuba. As remessas e seu impacto na economia familiar e nacional cubana é outra temática amplamente debatida no fórum:

Muitos se alegram mas eu não, pelo único motivo que fico feliz é porque não vão morrer mais cubanos na travessia para os EEUU, mas teremos que ficar aqui com esses descarados que não querem trabalhar e sempre estão querendo roubar ou estafar aos demais. (eric rodriguez)

Acabou-se a bagunça que tinham os cubanos em USA, entravam ilegal, pegavam todo tipo de benefícios (seguro médico grátis, bônus de comida e dinheiro) e depois de um ano e um dia viajavam a Cuba para especular. (Adonis)

Não se deve alegrar pelas coisas que acontecem aos demais, você é um invejoso, não gostei de seu comentário, aqui ninguém vem para especular, só para ajudar sua família. (Mile)

...em total desacordo com Adonis... você é cubano ou iraquiano? Quem se inveja a si mesmo??? (...) Aqui não existe família cubana que não tenha uma parente ou amigo do outro lado do mar (...) sou 100% cubano e não recebo mais do que 20 CUC em remessas por ano, não se equivoque, vivo do meu enorme esforço, melhor dito, subsisto, mal vivo, mas amigo, se alegrar de que seus compatriotas e você mesmo sejam privados de uma das poucas vias de escape e fonte de prosperidade é muito depreciável... você não tem refletido com calma. (El Clei)

Por outro lado, um grupo de comentaristas apoia o lugar do simples “trabalhador honesto” que se sustenta economicamente apenas do seu salário como profissional cubano¹⁵, e que, como grande parte da população, vê na emigração apenas uma possibilidade de melhorar sua qualidade de vida. Ao se atrelar o problema migratório ao âmbito econômico, se debate a natureza das relações entre economia e política. Se uma parte dos comentaristas justifica a migração por causas econômicas (desconstruindo a imagem do cubano emigrado como traidor da Pátria); outros vão dizer que essa situação liga-se fortemente às condições políticas do país, pois deficiências econômicas são consequências de políticas erradas do governo.

As referências ao trabalho honesto, à realidade econômica e ao lugar dos profissionais apontam para um discurso da cotidianidade que defende o cidadão comum, quem é chamado de “cubano de a pie” (metáfora das pessoas que andam a pé e representam o povo trabalhador, simples).

A única coisa que vai desestimular a migração de cubanos para os EEUU será quando se leve em conta aos “cubanos de a pie” e se melhorem suas condições de vida, um salário digno para não ter que aranzhar para chegar no fim do mês, reconhecer o valor dos profissionais na sociedade, endireitar a pirâmide invertida, pois qualquer vendedor de sacolas recebe melhor do que um médico, um advogado ou um jornalista em Cuba. Por que se eu nasci em Cuba, me sinto verdadeiramente cubano, quero contribuir à construção do meu país para o bem de todos, tenho que partir para poder ter 4 pesos mais e ajudar a minha família. (Dopinder)

Aparecem até aqui dois apontamentos fundamentais: a relevância da questão econômica, como eixo que movimenta o debate, e a relação dessa dimensão com valores morais como o trabalho digno e a família. Um valor adicional que embasa os julgamentos e as narrativas compartilhadas é a perspec-

15. Os cubanos têm acesso à educação de graça desde níveis básicos até a universidade, e por esse motivo grande parte da população são formados universitários. Porém, o salário mensal de um profissional, que geralmente trabalha no setor econômico estatal, oscila nos 20USD/mês. O setor econômico privado cubano é ainda muito fraco.

tiva ética, humanitária, que de certa forma constitui o ponto de encontro entre os critérios do Sim e o Não: a maioria das opiniões tende a sustentar que a vida das pessoas é o bem supremo a ser conservado. Se coloca como positiva por um grupo de participantes o fato de que a eliminação da política “pés secos, pés molhados” evita futuras tentativas de emigração ilegal (por mar ou por terra), e assim a perda da vida de muitos cubanos, porém, sempre em relação com um contexto mais amplo.

As mortes no mar ou na selva vão acabar no dia em que os cubanos não tenham que emigrar para melhorarem sua qualidade de vida. Eu sempre fui dos que vê esperança nessa lei, apesar de que conheço o risco de uma travessia no mar. Hoje não tenho nada a celebrar, não posso evitar me sentir triste com essa notícia. (Carlos de Cuba)

Penso muito parecido com você, fico feliz pela quantidade de vidas que vão se salvar dessas perigosas aventuras, mas isso era de certa forma um jeito das pessoas tentarem melhorar economicamente a través da migração, que favorecia aos cubanos apesar de tudo. (cadillac)

Comentário para mim acertado, fico feliz pelas vidas dos que se salvam a partir de agora, mas não deixo de pensar na realidade, na realidade do cubano, muitos, mesmo à custa de suas vidas, acreditavam nessa política. (vox (ppCARLITOS))

Por Deus, quantos comentários absurdos aqui, onde está o humano das pessoas que não concordam com a eliminação dessa lei que só trouxe desgraça a milhares de famílias, por favor como se pode pôr em risco o mais apreciado que o ser humano tem, sua vida. (2017)*

Observa-se que, nesse exercício reflexivo de avaliação, se estabelece uma temporalidade relativa ao período revolucionário. Por um lado, as dificuldades econômicas que atravessam o povo cubano dizem respeito a uma história de obstáculos políticos com efeito cumulativo no presente. Por outro, o julgamento ético e os valores compartilhados em testemunhos e narrativas respondem a uma moral socialista que ressalta a vida humana como bem superior, assim como a importância do trabalho atrelado a sua dimensão política na distribuição social da riqueza. Como se o triunfo da Revolução fosse o ponto zero que indica um ciclo no qual são articulados os acontecimentos. A referência a milhares de cubanos que morreram por causa da emigração ilegal, e à dor das famílias nessa perda, aponta para outras faces da história dessa etapa. Tal deslocamento emerge especificamente na interação, no encontro de uns com outros, quando consequências do passado são articuladas com eventos do presente e possíveis caminhos futuros na constituição da experiência.

Além das implicações para a preservação da vida e a articulação do fato no terreno econômico, manifesta-se uma preocupação com as possíveis consequências que a notícia de Obama poderia trazer para Cuba, tanto como um fator agravante

que gera ainda mais incerteza, quanto um estímulo para a resolução dos problemas internos que provocam o amplo fluxo migratório. Há uma tendência no debate de desmitificar a hostil política americana como causa principal da migração, enquanto volta-se o olhar para as condições internas que levam os cubanos a optarem frequentemente pela migração apesar do alto custo dessa decisão.

Cuba agora, como país, povo e estado deverá se enfrentar a uma comunidade, que embora a mídia tentam minimizar, é muito grande, que sofre de descontentamento na maioria dos casos bem justificado e que não encontra via de escape a seus problemas (...) Que afeta mais a nosso país? A emigração ou o crescimento de uma comunidade descontente e com as mãos atadas? (Luka) Se bem ontem à tarde os cubanos optavam por emigrar em primeiro lugar antes de avaliar outras possibilidades para a satisfação de suas necessidades, hoje deverão ou deveremos repensar a vida e as estratégias para alcançar nossas metas individuais. Ou seja, provavelmente essa nova fase obrigue a não poucos cubanos a pensarem como sociedade. (qbanisimo)

A percepção de consequências de uma ação social por todos é uma das condições apontadas por Dewey para o surgimento do público, e o processo acontece por meio de diversas estratégias. Neste caso, a posição mais pessimista é uma expectativa de crise interna imediata; do lado positivo, governo e povo cubanos são convocados pelos comentaristas a um esforço maior por construir um país futuro em que a emigração não seja necessariamente um projeto de vida. Causas e consequências são colocadas no balanço dos critérios que abrangem questionamentos mais amplos sobre o modelo de sociedade implementado na Ilha. O espaço micro se articula fortemente com a realidade macrossocial do país e torna-se o principal fundamento que embasa os posicionamentos políticos.

Os cubanos não acabamos de compreender que os problemas de Cuba só os podemos resolver nós mesmos. Talvez agora essa situação nos faz pôr os pés na terra aos cubanos para que trabalhem em função de fazer avançar a Cuba e não abandoná-la para obter um benefício individual. Queremos que algo ou alguém resolva os nossos problemas sem ter que nos involucrar, pois isso está mal. (Reinier)

Os Estados têm obrigações com seus cidadãos e o nosso, dentre tantas coisas notáveis que fez e ainda faz, fica pendente conseguir que todos os cubanos se sintam bem em sua terra, acredito que o governo deve dar passos acelerados... que possibilitem alcançar em breve tempo um maior nível de vida com mais qualidade...isso sem dúvida vais desestimular um pouco o êxodo de cubanos querendo chegar em qualquer lugar. (Leonardo Milanés Ávila de Cuba)

Sugestões, soluções e projeções dos participantes do fórum surgem por meio de enquadramentos do que é bom para todos, indicam um lugar problemático no seio das relações sociais, e demarcam o terreno da ação coletiva. Os

comentários, em sua maioria, não visam apenas estabelecer posicionamentos diante o evento anunciado, mas emergem no diálogo com os outros. Muitos depoimentos são construídos como resposta aos parceiros da interação, de forma a se identificarem pequenos núcleos de debate que norteiam a discussão geral. Um comentário pode levantar uma discussão polêmica sobre uma questão específica, embora esse não seja seu objetivo primário, e assim as discussões ganham vitalidade e passam a ser reconfiguradas constantemente.

Considerações finais

As polêmicas questões analisadas no fórum de comentários de *Cubadebate* adquirem ainda mais importância pelo fato de se inserirem no espaço midiático governista cubano, amplamente rotulado sob o selo da censura e a falta de liberdade de expressão. Certamente, a mídia cubana precisa se oxigenar para conseguir articular a pluralidade de vozes que caracteriza a sociedade cubana e deixar de lado o modelo da imprensa propagandista. No entanto, os próprios comentários questionadores existem para além da censura, e ainda reconhecem explicitamente o caráter crítico dos depoimentos que desafiam o discurso político oficial. As referências à censura apontam também para a ausência de pluralidade de vozes reconhecidas no espaço público e trazem um reclamo por transformações no modelo político do país.

Já é hora de que Cuba faça mudanças e reconheça outras alternativas de pensamento, inclusive de uma esquerda mais moderada, esse pensamento radical que não deixa espaço no parlamento, nem direito a outro pensamento, é obsoleto faz décadas, esse será também um mal legado para o futuro, ter governado sob a imposição de um pensamento único. (Demo)

Demo, concordo muito com você, o que acontece é que aqui quase nunca publicam opiniões que discrepam do pensamento rígido e intolerante, mas são milhões de cubanos que pensam como nós, e ademais o acesso à internet é bastante limitado e caro, mas estou plenamente de acordo, na bancada do parlamento deve haver assentos reservados para outras tendências e projetos, isso não se chama ingerência como querem fazer ver, isso se chama democracia. (marby)

Sobre essa condição, Dewey (1927a p. 19) vai dizer que a emancipação não acontece pela falta de limites, pelo contrário, “a experiência mostra que, às vezes, o senso de opressão externa, como por meio de censura, age como um desafio e desperta energia intelectual e provoca coragem”. Há razões para acreditar que, na medida em que os participantes do fórum são cientes de estarem desafiando uma ordem estabelecida de restrição à palavra, cresce o estímulo para eles se engajarem em discussões mais profundas.

Vimos aqui como o pragmatismo pode nos auxiliar a pensar as mudanças que ocorrem nesse país à luz de uma prática filosófica que “outorga às ciências sociais uma importância moral e política, pelo interesse em ajudar às comunidades humanas a melhorarem sua capacidade de ação coletiva e pela promoção da solidariedade entre os membros que discutem e solucionam os problemas de interesse para todos” (JOAS, 1999, p.125). Essas condições são fundamentais para produzir contextos de transformações sociais no encontro promovido pelas trocas comunicativas que demandam uma coesão social mais densa, como no caso de Cuba.

Referências

- BERNSTEIN, Richerd. “The resurgence of pragmatism”. In: GOODMAN, Russell (ed.). *Pragmatism: critical concepts in philosophy*, vol. IV. London, Routledge, 2005, p.54-73.
- DEWEY, J. Ter uma experiência. In: _____. *Arte como experiência*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.p. 109-141.
- _____. *Experience and nature*. London: George Allen & Unwin ltd., 1929.
- _____. Em busca da grande comunidade. In: _____. *O público e seus problemas*, 1927a. Disponível em: < <https://goo.gl/Y4NtMp> >. Consultado em: 02/06/2017
- _____. Em busca do grande público. In: _____. *O público e seus problemas*, 1927b. Disponível em: < <https://goo.gl/Y4NtMp> >. Consultado em: 02/06/2017
- _____. A democracia é radical. In: _____. *O público e seus problemas*, 1927c. Disponível em: < <https://goo.gl/Y4NtMp> >. Consultado em: 02/06/2017
- DÍAZ, E. R. *Derechos sexuales en Cuba: del silencio a la red*. Dissertação de Mestrado. Facultad de Comunicación Social, Universidad de La Habana, 2014.
- FRANÇA, Vera. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. Mead. In: PRIMO, Alex; OLIVEIRA, A.C.; NASCIMENTO, G.; RONSINI, V.M.. (Orgs..). *Comunicação e Interações*. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008, v. 1, p. 71-91.
- HABERMAS, J. *The Theory of communicative action: vol.II. Lifeworld and system: a critique of functionalism reason*. Boston: Beacon Press, 1987.
- HE, B.; WARREN, M.E. Authoritarian deliberation: The deliberative turn in Chinese political development. *Perspectives on politics*, v. 9, n. 2, p. 269-289, 2011.
- HERRERA A. P. (2016). *A mídia religiosa na esfera pública em Cuba: o papel desempenhado pela revista Espacio Laical*. [Tesis de Maestría]. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais.

- IPS. Lo que no dicen las estadísticas sobre Internet en Cuba (Online). 22 marzo 2018. Disponível em: < <https://goo.gl/BD2Cbv> >. Acesso em: 02 abril 2018.
- JOAS, H. Interacionismo simbólico. In : GIDDENS, A., TURNER, J. (Orgs.) *Teoria social hoje*. São Paulo: Unesp, 1999.
- QUÉRÉ, Louis. D'un modèle épistémologique de la communication a un modèle praxeologique. *Réseaux*, v.9 n° 46-47 CNET, 1991, p.69-90.
- MENDONÇA, R. F. Teorias críticas e pragmatismo: a contribuição de G. H. Mead para as renovações da Escola de Frankfurt. *Lua Nova*, p. 367-403, 2013.
- RAFULS, G. *Participación política en red: La blogosfera y la toma de decisiones de la esfera pública en Cuba: cuatro casos de estudio entre 2010-2015*. Dissertação de Mestrado. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, 2015.
- STROMER-GALLEY, J.; WICHOWSKI, A. Political Discussion Online, *The handbook of internet studies*, v. 11, p. 168, 2011.

Normas para publicação

A revista *Communicare*, publicação do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) da Faculdade Cásper Líbero, tem por objetivos promover a reflexão acadêmica, difundir a pesquisa e ampliar o intercâmbio científico entre pesquisadores de diversas instituições de ensino e pesquisa no campo da comunicação.

Os textos enviados para publicação na *Communicare* devem estar alinhados à área de concentração “Comunicação na Contemporaneidade”, cujas linhas de pesquisa são:

Linha de Pesquisa 1 – Processos midiáticos: tecnologia e mercado

Nesta linha, a atividade comunicativa emerge dos múltiplos entrecruzamentos entre as práticas e experiências dos sujeitos, sociedades e culturas, a evolução de técnicas e dispositivos e a potencialidade presente nas novas formas de cognição e de reflexão por eles proporcionadas.

Linha de Pesquisa 2 – Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento

Nesta linha, o estudo da produção simbólica midiática envolve a discussão das interfaces com o entretenimento pelo viés das narrativas da contemporaneidade. Os discursos e as produções culturais que exploram o imaginário são objetos de reflexão das pesquisas desta linha, abordando temas que entrelaçam jornalismo e imaginário, realidade e ficção, espetáculo e recepção crítica da informação.

A revista *Communicare* destina-se à divulgação de trabalhos inéditos de pesquisadores e docentes de instituições de ensino e pesquisa nacionais e estrangeiras, na qualidade de autores e coautores, com a titulação mínima de mestre, exceto artigos escritos em coautoria com um doutor. As colaborações poderão ser apresentadas em forma de artigos, resenhas, levantamentos bibliográficos ou informações gerais, e estarão condicionadas à aprovação prévia do Conselho Editorial para verificação de sua aderência à área de concentração, às linhas de pesquisa, à natureza de sua autoria e adequação às normas para publicação. Os artigos passarão em seguida pela avaliação de dois pareceristas, doutores, exter-

nos ao CIP. Havendo necessidade, um terceiro parecerista externo será acionado. No caso de aprovação com ressalvas, o texto será encaminhado ao autor para as devidas correções.

1. Os artigos deverão ser enviados para o e-mail communicare@casperlibero.edu.br, com cópia para cip@casperlibero.edu.br, como arquivo anexo, digitados em Word para Windows, fonte Times New Roman, corpo 12, espaçamento 1,5. Caso o trabalho seja acompanhado de imagens, estas devem ser gravadas nos formatos JPEG, GIF ou PNG, com resolução mínima de 300 dpis.

2. A extensão dos artigos deve ser de 20.000 a 35.000 caracteres, com espaços. Deve ser enviado com título e (eventualmente) subtítulo, nome completo de cada autor, titulação máxima e instituição onde a obteve, filiação institucional e e-mail.

3. O artigo em língua portuguesa deve ter na abertura um resumo em português, inglês e espanhol, em corpo 10 e espaçamento simples, pelo menos quatro palavras-chave, nos três idiomas, somando no máximo 600 caracteres, com espaços. Artigos em espanhol, não serão traduzidos.

4. Tabelas e gráficos devem ser numerados e encabeçados pelo seu título. Já desenhos, ilustrações e fotografias devem ser identificados por suas respectivas legendas e pelo nome de seus respectivos autores.

5. As citações diretas inferiores a 3 (três) linhas devem ser digitadas entre aspas duplas, sem itálico ou negrito, no corpo do próprio texto. Em caso ordinário, ao final da citação, devem ser indicados entre parênteses o sobrenome do autor, com maiúscula apenas inicial, ano e página da publicação, no seguinte formato: (Hobsbawm, 2009, p. 95). Acima de 3 linhas, as citações devem se deslocadas do parágrafo (reco de 1,25cm) e digitadas em espaço simples, corpo 11 e sem aspas. Ao final da citação devem ser indicados entre parênteses o sobrenome do autor, data e número de página, como no caso anterior. O ponto final deve vir depois dos parênteses, nunca antes. Exemplo: (Bourdieu, 1997, p. 23-24). As obras citadas deverão estar dispostas nas referências ao final do artigo.

6. Quando um autor aparecer em citações com duas obras diferentes, ambas editadas no mesmo ano, deve ser feita a diferenciação utilizando-se letras acrescentadas ao ano de publicação. Exemplo: 2014a e 2014b.

7. As notas de rodapé, digitadas no final de cada página em corpo 10, deverão conter apenas comentários necessários ao desenvolvimento de conceitos dos textos, informações adicionais ou explicações.

8. Textos aprovados para publicação que não estejam rigorosamente de acordo com os padrões aqui definidos serão devolvidos aos seus autores para a necessária adequação às normas. O mesmo ocorrerá em relação a textos que demandem uma revisão gramatical mais cuidadosa.

9. As referências deverão estar no final do artigo, em ordem alfabética e corpo 10, de acordo com as seguintes normas:

a) Livros

CAZELOTO, E. **Inclusão digital: uma visão crítica**. São Paulo: Senac, 2008.
COELHO, C.N.P.; KÜNSCH, D.A.; MENEZES, J.E.O. (Orgs). Estudos de comunicação contemporânea: perspectivas e trajetórias. São Paulo: Plêiade, 2012.

b) Capítulos de livros

LOPES, V.S.C.; GRANDI, G. **Avaliação, mensuração e valoração em relações públicas**. In: KÜNSCH, M.M.K. (Org). Relações Públicas: histórias, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 391-414.

c) Artigos de periódicos

KÜNSCH, D.A. **Aquém, em e além do conceito: comunicação, epistemologia e compreensão**. Revista Famecos, v. 1, n. 39, p. 63-69, ago. 2009.

d) Textos de internet

PERSICHETTI, S. **Fotografia entre a tecnologia e a reflexão**. O Estado de S. Paulo. Disponível em: <www.estadao.com.br/noticias/impresso,fotografia-entre-a-tecnologia-e-a-reflexao-,1062224,0.htm>. Acesso em: 18 nov. 2013.

e) Trabalhos apresentados em eventos

CHIACHIRI, R.; CASAQUI, V. **Estética e sedução do marketing: uma análise do filme “A fantástica fábrica de chocolate”**. In: Intercom – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: mercado e comunicação na sociedade digital. São Paulo: Intercom, 2007.

10. Os textos enviados são de responsabilidade integral dos autores, sendo os direitos de publicação, inclusive no que diz respeito a eventuais imagens, cedidos à revista. Os trabalhos publicados, inéditos, serão considerados colaborações não remuneradas, uma vez que a revista tem um caráter de divulgação científica, não comercial.

11. A revista *Communicare* se reserva o direito de introduzir modificações necessárias quanto à correção gramatical, diagramação dos originais e adaptações ao projeto visual da publicação.

Resenhas

1. As resenhas de livros deverão ter de 2.800 a 5.600 caracteres, incluindo espaços, e ter um título próprio diferente daquele da obra resenhada. O título original da obra deverá aparecer logo abaixo do título da resenha, com as referências completas (autor, obra, cidade, editora, ano de edição e número de páginas).

2. Solicita-se que a resenha seja acompanhada de um exemplar da obra ou de imagem digitalizada da capa em formato TIFF, para publicação, de acordo com as possibilidades de editoração.

Endereço

Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero
Avenida Paulista, 900 – 6º andar – CEP: 01310-940 – São Paulo / SP
Correio Eletrônico: cip@casperlibero.edu.br ou communicare@casperlibero.edu.br

EDITORIAL

Eric de Carvalho

ENTREVISTA

As histórias da Gente de Taipu

Carlos Costa e Thiago Bio Bemfica Mattos

ARTIGOS

Netflix: o serviço que mudou a forma de produzir e consumir entretenimento audiovisual

Dirceu Lemos da Silva

A distinção social pela alimentação: um estudo sobre o fetiche do produto saudável no jornalismo de TV e no cotidiano do público

Jeferson Bertolini

De elos bem fechados: o pragmatismo e a semiótica peirceana como fundamentos para a tecnologia blockchain utilizada no combate às fake news

Anderson Vinicius Romanini e Márcia Pinheiro Ohlson

Narrativas do jornal O Globo sobre as FARC na Colômbia: das conversações de paz à desmobilização da guerrilha

Antonio Sebastião Silva, Carolina da Silva Costa e Matheus Moreira Pacheco

Identificação e análise de riscos corporativos de imagem em aproveitamentos hidrelétricos brasileiros

Sergio J. Andreucci Jr. e Fábio Loffi Oliva

Comunicação e Sociedade do Espetáculo - a gênese de um campo científico

Mará Rovida

Sentidos e saturações da memória no digital: observações sobre a apreensão das informações a partir do "Efeito Google"

Diogo Andrade Bornhausen

Conversações políticas sobre migração no site Cubadebate: uma abordagem pragmatista a partir dos aportes de John Dewey

Elisa Beatriz Ramírez Hernández e Ângela Cristina Salgueiro Marques



Faculdade Casper Líbero
Av. Paulista, 900 - 6º Andar
01310-940 - São Paulo (SP) - Brasil
Tel.: (11) 3170-5878
cip@casperlibero.edu.br
www.casperlibero.edu.br