**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

NARA LUIZA COSTA DE ALMEIDA

**Narrativa Ativa: Retrotopia, fragmentação e a reintegração do futuro
nas narrativas**

**São Paulo
2018**

NARA LUIZA COSTA DE ALMEIDA

**Narrativa Ativa: Retrotopia, fragmentação e a reintegração do futuro
nas narrativas**

Versão Corrigida

Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Área de Concentração: Interfaces Sociais da Comunicação

Linha de Pesquisa: Políticas e Estratégias de Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira

**São Paulo
2018**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados fornecidos pela autora

Almeida, Nara Luiza Costa.

Narrativa Ativa: Retrotopia, fragmentação e a reintegração do futuro nas narrativas/ Nara Luiza Costa de Almeida. -- São Paulo: N. L. C. Almeida, 2018. 159p.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Versão Corrigida.

Orientador: Paulo Roberto Nassar de Oliveira
Bibliografia

1. Novas Narrativas. 2. Retrotopia. 3. Futuro. 4. Semiótica. 5. Fragmentação. 6. Facebook.

I. Nassar, Paulo II. Título III. Título.

Nome: ALMEIDA, Nara Luiza Costa

Título: Narrativa Ativa: Retrotopia, fragmentação e a reintegração do futuro nas narrativas

Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Aprovado em: __/__/2018

Banca Examinadora

Prof. Dr.: _____
Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____
Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____
Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

À Cleo, a mulher mais forte e curiosa que conheci, pelas inúmeras noites em que, exausta, não me negava um capítulo a mais de algum livro.

E ao Murilo, que junto a ela, garantiu que minhas narrativas fossem sempre de alegria.

Vocês são meu melhor encontro com a realidade, meu afeto mais positivo, minha máxima potência de ação.

AGRADECIMENTOS

Àqueles que, no curso dos anos, enriqueceram o sentido de família para mim:

À Gisele, que reconheci como família por nunca me negar uma explicação, um ensinamento, um livro ou um abraço. Com quem, há quase dez anos, sigo não concordando em nada – para minha sorte.

Ao Felipe, que enxerga em mim forças que, mesmo ao fim deste trabalho, ainda não me são íntimas; meu melhor amigo e meu companheiro de contemplação. São suas as forças que você enxerga em mim, ao serem emprestadas. Obrigada!

À Ana, que me ensina serenidade, generosidade e outras formas tão profundas de humanidade que deram potência a esta jornada. Que mistura passado e futuro, pois parece sempre ter estado e ser inesgotável em seus admiráveis avanços.

Aos dois grandes guardiões dos portões da ECA para mim e que, como se já não trouxessem alegria o suficiente nisso, ainda dão de potencializar um ao outro: Paulo Nassar e Luiz Alberto de Farias.

O primeiro, aquele que me abriu os horizontes da ECA, aos meus 15 anos, do campo da comunicação, aos 20, e do mundo, desde então. Nassar que teórica e empiricamente me ensinou a ressignificar o mundo e as relações e a tomar as pessoas pelo que elas têm de melhor. Obrigada, meu orientador!

Luiz Alberto, o LA, que nesta última década esteve em cada uma de minhas bancas, avaliações e projetos importantes. Obrigada por compartilhar comigo de seus maiores dons: a palavra – e sobretudo, pelo dia em que as usou p falar de mim à Ana.

À comunidade ECAna e à oportunidade de preservá-la no *Memórias Ecanas*, aos professores que me inspiraram, aos funcionários sempre solícitos. Ao professor

Vinicius Romanini, cujo efeito em minhas semioses é contínuo e imortal e pela oportunidade junto à SBCC.

À Santo Caos, ao lado de quem investiguei temas deste estudo em campo. A Daniele, Fernando e Erica, junto aos quais o trabalho pela cultura no estado de São Paulo e no Brasil ganharam potência e grandeza. À Tatiana, pela inspiração contínua com sua persistência e resiliência. E aos colegas de Thomson Reuters, tão parceiros nestas etapas finais.

Ao Raul, pelos ensinamentos que me fazem tentar retribuir o impossível. A Emiliana e Mauricio, a quem sempre admirarei como irmãos, tão distintos, quando complementares.

À Edi Luiza Bacco e à turma RPnot 2015 da Universidade Metodista: vocês foram o primeiro passo da jornada deste mestrado. E, principalmente, à brilhante Sushila e nossa turma de RPmat, tão corajosos, tão abundantes. Vocês são 10/10 na escala Sandi!

À Aberje, que foi lar das minhas ideias, relações e experiências, trazendo à minha experiência de tempo e espaço algumas das pessoas que inspiram este trabalho: Zygmunt Bauman, David Baker, Richard Dawkins, Mia Couto, Dominique Wolton, Michel Maffesolli, Tzvetan Todorov, David Baker e tantos outros.

Gosto de ser gente porque a
História em que me faço com os
outros e de cuja feitura tomo parte
é um tempo de possibilidades e
não de determinismos.

(Paulo Freire)

ALMEIDA, Nara Luiza. **Narrativa Ativa: Retrotopia, fragmentação e a reintegração do futuro nas narrativas**. 2018. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

RESUMO

O contexto de aceleração tecnológica, individuação e sobrecarga informacional gera uma fragmentação dos indivíduos e do coletivo, pressionando os fluxos da narrativa e da experiência em seus níveis ontológico, público, conceitual e metanarrativo. Esse contexto produz mais choques do que damos conta de significar, mais estímulos do que podemos processar sem elevar drástica e cronicamente nossos níveis de ansiedade: choque de futuro e ansiedade de informação, em uma corrida no gelo fino dos contextos líquido-modernos. Quando, olhando adiante, vemos avançar em nossa direção a difusa imagem da entropia informacional, dos choques contínuos e da impossibilidade da significação, voltamo-nos para o território da significação já produzida, a *retrotopia*. Nela, avançamos na neblina, com os olhos no passado, o novo território das expectativas frente a um futuro incognoscível. Este estudo exploratório relaciona o contexto descrito com os processos semióticos (para significação individual e coletiva) para que haja retomada nos fluxos narrativos em suas dimensões. Essa trajetória é a narrativa em ação pela reintegração social no futuro enquanto território de sentidos e expectativas compartilhadas. Por fim, avalia documentalmente a relação dos conceitos investigados no caso Facebook-Cambridge Analytica, para identificar dinâmicas dessas correlações na sociedade contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: novas narrativas; retrotopia; futuro; semiótica; fragmentação; Facebook.

ALMEIDA, Nara Luiza. **Active Narrative: Retrotopia, fragmentation and the reintegration of the future in narratives.** 2018. Dissertação (Mestrado) Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

ABSTRACT

The context of technological acceleration, individuation and informational overload generates a fragmentation of individuals and the collective, putting pressure on the flows of narrative and experience in their ontological, public, conceptual and metanarrative levels. This context produces more shocks than we have the ability to make meaningful, more stimulus than we can process without elevating dramatically and chronically our levels of anxiety: future shock and information anxiety, in a race above the thin ice of liquid-modern contexts. When, looking ahead, we see the diffuse image of informational entropy, continuous shocks, and the impossibility of signification, we turn towards the territory of signification already produced, retrotopia. In it, we advance in the mist, with our eyes on the past, which is now the new territory of expectations in the face of an unknowable future. This exploratory study relates the context described with the semiotic processes (for individual and collective signification) so that it can be resumed in the narrative flows in its dimensions. This trajectory is the narrative in action for social reintegration into the future as a territory of shared meanings and expectations. Finally, it evaluates documentarily the relationship of the concepts investigated in the Facebook-Cambridge Analytica case, to identify dynamics of these correlations in contemporary society.

KEYWORDS: new narratives; retrotopia; future; semiotics; fragmentation; Facebook.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Ações Propostas pelo Facebook no Brasil 2017-2018.....	105
---	-----

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Divisão dos dados de acordo com seu potencial crítico e projeção e crescimento até 2025	34
Figura 2 – Popularidade das buscas por “ <i>big data</i> ”	35
Figura 3 – As dimensões da Narrativa para Somers & Gibson	58
Figura 4 – Crescimento do número de usuários do Facebook ao longo dos anos...	77
Figura 5 – Queda das ações do Facebook em 26 de Julho de 2018	89
Figura 6 – Valor das ações do Facebook ao longo dos anos de 2012 a 07/2018.....	90
Figura 7 – Usuários mensais ativos no Facebook.....	90
Figura 8 – Melhores épocas da sociedade de acordo com apoiadores de Donald Trump.....	99
Figura 9 – Países com maior número de usuários do Facebook.....	102
Figura 10 – Contribuição das Ações quanto às Narrativas Ontológicas e Públicas	
Figura 11 – Contribuição das Ações quanto às Narrativas Conceituais e Metanarrativas.....	106

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 AS PEQUENAS TELAS E O <i>BIG PICTURE</i>.....	18
2.1 <i>Presente contínuo no agorismo</i>	18
2.2 <i>A Ressaca do Mundo Líquido</i>.....	39
2.3 <i>Entramos no futuro de costas</i>	49
2.4 <i>Vidas fragmentadas, narrativas desintegradas</i>.....	54
2.5 <i>Narrativa: semiose contínua</i>	59
2.6 <i>A fragmentação do contemporâneo é uma fragmentação de narrativas..</i>	67
3 NARRATIVA ATIVA: DA FRAGMENTAÇÃO À REINTEGRAÇÃO NO CONTEXTO CONTEMPORÂNEO	72
3.1 <i>Apresentação do estudo de caso</i>.....	72
3.2 <i>Facebook e Cambridge Analytica: A comunicação meme</i>.....	76
3.2.1 Da sobrecarga e fragmentação da comunicação.....	91
3.2.2 Da construção de terceiridades.....	98
3.2.3 Da reintegração à metanarrativa.....	101
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	110
REFERÊNCIAS	116
ANEXO A - LETTER FROM MARK ZUCKERBERG	131
ANEXO B – BUILDING A GLOBAL COMMUNITY	137
ANEXO C - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA CAMBRIDGE ANALYTICA WHISTLEBLOWER: 'WE SPENT \$1M HARVESTING MILLIONS OF FACEBOOK PROFILES'	152
ANEXO D - AÇÕES DO FACEBOOK NO BRASIL PARA MELHORAR O AMBIENTE NARRATIVO.....	157

1 INTRODUÇÃO

O contemporâneo é compreendido, em diversos campos das ciências humanas, como um período de individualização, hiperconsumo (e muitos *hiper-*), fragmentação e sobrecarga informacional. A evolução das tecnologias de informação e comunicação é contínua e tem ciclos cada vez mais curtos, causando uma incessante sensação de aceleração. Esses fatores e seus efeitos reforçam cada vez mais nossos impulsos imediatistas e estados de atenção ininterrupta e múltipla, encurtando nosso tempo e disponibilidade para produção de sentidos, gerando, assim, um esvaziamento deles. Na modernidade líquida, ambiente de fluidez, mobilidade do *hiper-* e da positividade exaustiva que nos leva à uma ideia de sociedade do cansaço, o ideal de longo prazo da modernidade clássica cede seu espaço ao imediatismo. Também este saturado, passa a anunciar uma *retrotopia*, uma inversão de valores entre passado e futuro, causada pela incerteza crescente que se fortalece junto à ansiedade de informação e com o choque do futuro. Na contemporaneidade, as formas de narrativa – e, portanto, da nossa historicidade – encontram-se fragmentadas e, com isso, fragmentam a nossa ideia de tempo, esvaziando o passado e dissociando-se do futuro.

Deixamos de experimentar passado, presente e futuro, para viver fragmentos acelerados de um *agorismo* contínuo. Sem tempo para a significação, para a semiose e para a articulação de narrativas que atribuam sentido a tal existência – sempre uma existência narrativa no tempo e espaço – perdemos a capacidade de compreender o presente e de projetar o futuro, também em função de uma carência de espaços e narrativas que nos conciliem com o passado para, então, tomar dele a força de direcionamento ao futuro.

Este estudo exploratório tem como objetivo analisar essa fragmentação narrativa e, a partir do estudo de caso, como ela enfraquece a capacidade coletiva de compactuar por futuros possíveis ao inviabilizar a significação enquanto processo compartilhado. Tal objetivo se reforça na necessidade de contribuir teoricamente com o campo da comunicação, seus profissionais e pesquisadores que enfrentam desafios técnicos, estéticos e éticos dos ambientes atuais ao abordar as narrativas que inscrevem nossa ação e nos inscrevem na ação, visando a criação ou preservação de laços sociais para articulação de mundos possíveis agora e no futuro. Também o campo é objeto dessa aceleração e sobrecarga e com o trabalho

de pesquisa bibliográfica, documental e de caso pretende-se organizar informações para futuras pesquisas desta e de outros pesquisadores, que possam fomentar discussões no ambiente acadêmico e fora dele sobre as narrativas com base no conhecimento científico disponível e das relações estabelecidas.

Para analisar essa fragmentação e compreender como se estabelece em nosso contexto enfraquecendo nossa narrativa e capacidade de construir significações retomando o fluxo em direção ao futuro, este estudo tem início com uma vasta pesquisa bibliográfica envolvendo os campos da sociologia, filosofia, comunicação e tecnologia da informação para estabelecer aproximações dos conceitos que caracterizam o nosso contemporâneo, como a individualização, a fragmentação e intensidade, ora descrita como modernidade líquida, como hipermodernidade e outras abordagens.

Em seguida, ainda nesse primeiro capítulo, tratamos da aceleração tecnológica e da sobrecarga informacional em um contexto de sociedade do cansaço, uma sociedade de paradigma positivista, no qual impelimos a nós mesmos o máximo de produtividade e participação. Uma sociedade que se baseia em insumos infinitos (a informação), que aumenta a velocidade de produção desses insumos e que já não permite recortar ou excluir. Uma sociedade que produz mais exaustão que significação. O caráter exponencial das tecnologias e a redução de intervalos entre uma revolução e outra diminuem nosso tempo de assimilação e compreensão dos processos. Nosso cérebro pré-histórico precisa processar o *big data*.

O aumento de potência tecnológica não é necessariamente acompanhado de um aumento de potência humana e social, mas essencialmente aumenta as cobranças internas dessas. Nossa modernidade líquida é uma catalisadora de contradições, angústias e problemas acumulados no processo de se criar o progresso. E, ao nos presentear continuamente com mais do que podemos processar e com novidades inesperadas, os encontros com a realidade nos causam uma série de choques que não conseguimos elaborar.

Sobrecarga, medo e ansiedade não são novidades do nosso tempo, estão em crescente nos últimos séculos de industrialização. Mas, no território das narrativas líquidas, estão difusos na experiência. Esses choques, ou *segundidades*, requerem significação para que possamos retomar o fluxo da experiência e agir no presente pela construção do futuro. Essas *segundidades* difusas, contínuas e

múltiplas são também fatores de sobrecarga cognitiva. E a compreensão semiótica sobre o choque é essencial para a compreensão das narrativas em fragmentação. As narrativas construídas com o intuito de reintegrar a multiplicidade de dados, fatos, conceitos e experiências em significados são as que nos devolvem ao fluxo de significação, de narrativas que coabitamos.

Esse contexto leva a um encurtamento do nosso vetor de tempo: damos conta daquilo que está sendo e já não mais olhamos para o devir ou para o que foi. Vivemos os fragmentos, mas ao final do dia ninguém costura nossos retalhos em uma colcha das experiências. Na era dos algoritmos preditivos, o humano tem cada vez menos capacidade de compreender o presente.

Assim, sem tempo para a significação, para a semiose e para a articulação de narrativas que atribuam sentido à tal existência – sempre uma existência narrativa no tempo e espaço – perdemos a capacidade de compreender o presente e de projetar o futuro, também em função de uma carência de espaços e narrativas de memórias que nos conciliem com o passado para, então, tomar dele a força de direcionamento ao futuro.

No segundo capítulo, serão retomados os conceitos apresentados na primeira etapa da pesquisa em um estudo de caso que avalia o uso de dados pessoais na relação Facebook-Cambridge Analytica, com foco na **sobrecarga e fragmentação da comunicação**, a **construção de terceiridades** e as tentativas de **reintegração na metanarrativa** da comunicação. Tal caso, de extrema relevância para as relações globais contemporâneas e cujos efeitos ainda se revelam e potencializam, é exemplar para a compreensão da fragmentação e seus efeitos de desengajamento na metanarrativa, objetos deste estudo.

2 AS PEQUENAS TELAS E O *BIG PICTURE*

2.1 Presente contínuo no agorismo

“Se o processo interativo é desde sempre ligado ao tempo e ao espaço da história, só se pode ser compreendido em sua contextualidade”

Mauro Wilton de Sousa (2008, p.48)

Há cem mil anos, cerca de seis espécies do gênero *homo* coabitavam nosso planeta. Em um ambiente hostil, sem domínio sobre a natureza, competindo por recursos e espaço com espécies como o *homo neandertalenses* e sendo presa de animais gigantes e não domesticados, o *homo sapiens* conseguiu não apenas assegurar a sobrevivência de sua espécie, mas sua supremacia e prosperidade ao longo dos milênios. O fator determinante nessa jornada foi o desenvolvimento de habilidades de comunicação e, sobretudo, o desenvolvimento da capacidade de criação de narrativas (HARARI, 2014). As narrativas permitiram ao ser humano articular grupos maiores – vencendo a tendência natural que limita agrupamentos animais a 50 indivíduos¹ -, mais coesos e, com isso, mais potentes.

A relação de protocooperação entre comunicação e tecnologia tem moldado o desenvolvimento da humanidade, através de marcos como a escrita cuneiforme, a invenção dos tipos móveis, o desenvolvimento da comunicação eletrônica e o desenvolvimento da comunicação digital. Cada tecnologia por trás desses marcos desencadeou revoluções completas, ao estabelecer novas conexões, criar novas possibilidades e promover impactos nas relações existentes. “Há interação sinérgica entre descoberta tecnológica e interação social”, diz-nos Manuel Castells (2015, p. 36). Os impactos dessas tecnologias se desdobraram em progressões geométricas, desafiando modelos lineares de pensamento e atuação, enquanto nos conduzem ao contemporâneo, às sociedades pós-modernas, com crescimento da oferta e

¹ Na década de 1990, o antropólogo e psicólogo evolucionista britânico Robin Dunbar estabeleceu uma relação entre o tamanho do cérebro de mais de 30 espécies de primatas e seus círculos sociais, chegando a uma relação de que 150 seria o número médio de relações sociais entre primatas, no que ficou conhecido como o “Número Dunbar”. Em sua proposta, o antropólogo traz uma teoria que se relaciona com a de Harari, ao afirmar que conforme cresce a quantidade de indivíduos em um grupo, cresce também a necessidade de regras, normas e estratégias acordadas para manter o grupo coeso.

demanda de serviços, da produção e do acesso à informação e, conseqüentemente, crescimento da conquista e valorização do conhecimento e da criatividade (SANTOS, 1986).

O espaçamento entre cada uma das revoluções tecnológicas e da comunicação é cada vez menor, pelo seu caráter exponencial (JOHNSON, 2015). Com isso, os problemas não-resolvidos, as conclusões não-alcançadas, as definições não-concluídas somam-se, ampliando as incertezas. As mudanças em nossa sociedade atual têm feito com que, a intervalos cada vez menores, os cenários e as relações se reconfigurem completa e irreversivelmente, significando-se ou perdendo significado. Com isso, emergem novas interpretações, traçam-se novas perspectivas e trabalha-se incessantemente para a construção de bases, em um ambiente fluido.

Tal reflexão não poderia ser mais pertinente em um contexto no qual não apenas a aceleração das tecnologias da informação e comunicação é pauta, mas também a própria aceleração dos fluxos humanos. Reflete-se em nossas retinas a paisagem do *choque do futuro*, proposto por Alvin Toffler entre as décadas de 60 e 70 do último século, com *muita mudança acontecendo em pouco período de tempo*, conduzindo-nos à uma sociedade super-industrial e caracterizada pela sobrecarga informacional (TOFFLER, 1990, p. 04). “Todo repórter escolado já teve a experiência de trabalhar em uma história de última hora, que muda sua forma e significado mesmo antes de suas palavras serem colocadas no papel. Hoje, o mundo inteiro é uma história de quebra rápida” (tradução livre da autora), diz na obra escrita que se tornou um *best-seller* em sua época e até hoje influencia a cultura popular, seja na música, no audiovisual ou em outras adaptações.

Há uma aceleração tecnológica (ou, ao menos sua sensação), que provoca uma aceleração também das superestruturas sociais. Ao lado de projeções otimistas, que indicam que os avanços obtidos com as tecnologias nos próximos vinte anos serão maiores que os obtidos nos últimos dois séculos (DIAMANDIS; KOTLER, 2012), revela-se a ruína de modelos de produção e transações baseados em estruturas outrora sólidas e que agora se desmancham no ar, frente a essas mesmas tecnológicas, numa complexa ambiguidade, como afirma Edgard Morin e

Viveret (2015)²².

São muitos os conceitos que buscam definir ou compreender o período que vivemos hoje. E, certamente, o leitor já discutiu isso em nossa comunidade acadêmica ou rodeado de amigos em uma mesa. Um, dentre muitos conceitos, é o de pós-modernidade. Presente em todas as dimensões das narrativas, da ontológica à metanarrativa, *pós-moderno* foi cunhado na arquitetura, em 1966, lançado pelo então colunista do *Correio da Manhã*, Mário Pedrosa. Um conceito delicado e incerto, que – tal qual o período que caracteriza – é frágil e suscetível a diversas interpretações que o transformam. Segundo Teixeira Coelho (COELHO NETTO, 2005, p.58), o melhor método de se tentar compreender o pós-moderno “é por meio de aproximações sucessivas, na tentativa de isolarem-se unidades estruturais parciais que, colocadas lado a lado, talvez resultem numa imagem aproximada do fenômeno”.

Essa necessidade de aproximações sucessivas é o que permite que as múltiplas definições da pós-modernidade, embora por vezes contraditórias, possam ser somadas na construção de uma percepção mais ampla. De modo geral, as definições deste paradigma apontam o século XX, quando emerge a sociedade pós-industrial, com crescimento da oferta e demanda de serviços, da produção e do acesso à informação e, conseqüentemente, crescimento da conquista e valorização do conhecimento e da criatividade. Jair Ferreira dos Santos afirma que “entre as fábulas pós-modernas que, por um lado, parecem antiquíssimas e, por outro, completamente atuais”, o pós-modernismo “é coisa típica das sociedades pós-industriais baseadas na Informação” (1986, p. 11).

O sociólogo espanhol Manuel Castells, em sua trilogia sobre a Era da Informação, traz o conceito de sociedade em rede. Uma sociedade que resulta de um novo paradigma tecnológico, centrado em tecnologias de informação e comunicação, num ambiente de grandes mudanças socioculturais (2015). Castells explica que a valorização do indivíduo criou uma sociedade eu-centrada, resultado

²² Referimo-nos aqui com o conceito de “inovação disruptiva”, proposto pelo professor de Harvard, Clayton Christensen, em 1995. O conceito tornou-se um jargão entre empreendedores, membros de comunidades de *start-ups* e executivos focados em inovação e crescimento contínuo, descrevendo “um processo pelo qual um produto ou serviço tem origem inicialmente em aplicações simples na base de um mercado e, então, implacavelmente sobre pelo mercado, eventualmente deslocando competidores já estabelecidos” (tradução livre da autora). Disponível em <<http://www.claytonchristensen.com/key-concepts/>>. Acesso em 08 mar. 2018.

de um processo de individuação que

[...] é só uma questão de evolução cultural: ele é materialmente produzido pelas novas formas de organização das atividades econômicas, além da vida social e política [...] ele é baseado na transformação do espaço (a ascensão da região metropolitana), do tempo (a mudança do tempo cronológico para a compressão do tempo) do trabalho (a ascensão dos empreendimentos em rede), da cultura (a mudança da comunicação de massa baseada em mídias de massa para a intercomunicação individual baseada na internet), na crise da família patriarcal pelo aumento de autonomia de seus membros individuais, na substituição de políticas midiáticas por políticas partidárias de massa e na globalização como a rede seletiva de lugares e processos no planeta. (CASTELLS, 2015, p. 37)

Em diálogo com todos esses conceitos e também ressaltando o processo de individuação das sociedades globalizadas, outra abordagem importante sobre o novo contexto social, artístico, político, econômico e científico, que corresponde à pós-modernidade será central neste estudo. O sociólogo polonês Zygmunt Bauman, cunhou o termo modernidade líquida, como um contraponto à solidez da modernidade clássica³. A ideia de sólido e líquido é central para a compreensão do conceito: enquanto na modernidade sólida temos a resistência e a estabilidade, que se alteram apenas com uma forte ação do tempo, na modernidade líquida o destaque é dado ao espaço. O sociólogo explica a metáfora apresentando os atributos de fluidos e sólidos

O que todas essas características dos fluidos mostram, em linguagens simples, é que os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas "por um momento". Em certo sentido, os sólidos suprimem o tempo; para os líquidos, ao contrário, o tempo é o que importa. Ao descrever os fluidos, deixar o tempo de fora seria um grave erro. Descrições de líquidos são fotos instantâneas, que precisam ser datadas (BAUMAN, 2001, p.8).

Para o sociólogo, a mobilidade, a agilidade, a capacidade de se adaptar às

³ Um dos diálogos estabelecidos por Bauman nessa proposta é com a obra *Tudo o que é sólido desmancha no ar* (1986), uma análise crítica à modernidade e suas transformações do escritor norte-americano Marshall Berman. O título faz alusão a uma citação do Manifesto do Partido Comunista de Karl Marx e Friedrich Engels.

pressões e a fluidez são os grandes atributos da modernidade líquida, focada no indivíduo e não mais no coletivo, bem como a desenfreada movimentação para o preenchimento das oportunidades múltiplas que se apresentam. Isso é o oposto do século XX, no qual o sociólogo enfrentou a censura em seu país na década de 1960, quando teve proibidas suas obras e foi afastado da Universidade de Varsóvia, emigrando para países como Canadá, Estados Unidos e Austrália, antes de estabelecer-se na Grã-Bretanha. A solidez das certezas, das instituições, da moral e das relações como um todo foi enfraquecida.

O novo contexto é líquido também assimilando a característica indefinição desse estado. Um momento em que o sólido se desmanchou no ar, mas nenhuma forma segura foi formada ainda, um interregno.

No estado de interregno, as formas como aprendemos a lidar com os desafios da realidade não funcionam mais. As instituições de ação coletiva, nosso sistema político, nosso sistema partidário, a forma de organizar a própria vida, as relações com as outras pessoas, todas essas formas aprendidas de sobrevivência no mundo não funcionam direito mais. Mas as novas formas, que substituiriam as antigas, ainda estão engatinhando. (BAUMAN, 2016).

Esse interregno é uma das importantes características de sua modernidade líquida e um conceito fundamental para compreender a ideia de retrotopia que será apresentada adiante. Ela ilustra a nebulosidade do futuro, onde antes repousavam nossos olhos esperançosos. Agora, nos esforçamos para distinguir o caminho na neblina. Não apenas as coisas deixam de fazer sentido em longo prazo, como também nós não temos espaço no curto prazo para compreendê-las

Não temos ainda uma visão de longo prazo, e nossas ações consistem principalmente em reagir às crises mais recentes, mas as crises também estão mudando. Elas também são líquidas, vêm e vão, uma é substituída por outra, as manchetes de hoje amanhã já caducam, e as próximas manchetes apagam as antigas da memória, portanto, desordem, desordem (idem).

A metáfora do líquido se desdobra na obra de Bauman ao abordar amor, medo, identidade, cultura, consumo, educação e outros temas. E, em cada um deles as origens são as mesmas: a globalização intensificada, o apelo consumista e a individualização da sociedade. Combinados, esses fatores levam a uma erosão das estruturas outrora sólidas e agora mais fluidas. Em um ambiente onde o indivíduo é mais importante que sua contribuição ao coletivo, que o consumo cura as dores e o crédito acelera esse processo, nossa perspectiva de longo prazo é encurtada em detrimento do imediato.

Tamanha aceleração da vida, que muda de forma tão rápida e continuamente, compromete a nossa capacidade de organizar o presente. A incessante sucessão de mudanças é acompanhada por estímulos que solucionam em fragmentos nossos conflitos cotidianos. Deixa, assim, de haver um fio condutor, que conecte e atribua sentido, em conjunto, à experiência da vida. Nessa vida fragmentada, o sujeito moral vê sua responsabilidade não mais sob o Sistema Único de Ética (BAUMAN, 2017a), presente na modernidade, mas agora privatizado e oferecido pelo consumo. O desenvolvimento de escolhas e de habilidades sociais deixa de ser necessário, posto que a vida fragmentada orientada para o consumo nos permite desfrutar das soluções imediatas, sem sacrificar o presente pela construção do futuro.

Para o sociólogo, a transição entre a sociedade de produção e a sociedade de consumo é um marco importante nessa aceleração. Produção é sobre construção, elaboração. Consumo é sobre o agora, o que está pronto. Essa mudança de mentalidade alterou profundamente as dinâmicas sociais e expectativas. O curto prazo se tornou o modelo padrão, mas processos humanos e nossa própria psique continuam em seu tempo próprio, causando desníveis de angústias. “Há uma atmosfera geral na qual estamos sendo constantemente tomados por surpresas desagradáveis, que nos pegam despreparados. E nos sentimos muito desconfortáveis por simplesmente não estarmos à altura da tarefa” (BAUMAN, 2014)

Isso também afetou a ideia própria de classe média, hoje um *precariado* (idem), sem autoestima na ação, sem a confiança necessária no futuro para que apostas e comprometimentos sejam feitos no presente. O antropólogo argentino Néstor García Canclini aponta sob uma perspectiva latino-americana da pós-modernidade, que

As novas gerações mostram o agravamento das tendências das sociedades atuais: aumento da informação e interações com baixa integração social, aceleração de mudanças com empobrecimento de perspectivas históricas em relação ao passado e ao futuro, combinação contraditória de recursos formais e informais para satisfazer necessidades e desejos em uma escala individual ou em grupo. É coerente com estas condições que o papel das instituições que organizaram a primeira modernidade - as escolas, os partidos políticos, a organização legal e a continuidade do espaço público - diminua em favor dos arranjos transitórios, da apropriação flexível de recursos heterogêneos no mercado de trabalho e consumo. As decisões mais importantes - a escolha do trabalho, do casal, do lugar

em residência, dos governantes - são tomadas ao se avaliar mais a satisfação momentânea ou as expectativas de curto prazo do que a estabilidade e a ordem. (CANCLINI, 2009, p. 121 e 122, tradução livre da autora).

O mesmo se passa com a identidade, por exemplo. Bauman (2005) contrapõe a identidade orientada para o futuro como um indivíduo que constrói a identidade, digamos, de comunicador, para então tornar-se o comunicador; daí apresenta o conceito de identidades *prêt-à-porter*: algo para vestir e exibir e não para manter no futuro. É como uma bricolagem: você constrói a identidade a partir do que tem em mãos no presente e não com foco nos planos futuros.

E, tudo isso, acontece em um contexto de sobrecarga informacional no qual nossa vida -- já não mais uma narrativa linear, mas uma biblioteca de fragmentos -- é acelerada às máximas potências da sobrecarga informacional ao ponto de obnubilar nossa capacidade de prosseguir

Não temos tempo de transformar e reciclar fragmentos de informações variadas numa visão, em algo que podemos chamar de sabedoria. A sabedoria nos mostra como prosseguir. Como o grande filósofo Ludwig Wittgenstein dizia: "Compreender é saber como seguir adiante." E é isso que estamos perdendo. Não sabemos como prosseguir. (BAUMAN, 2014).

Com o processo de individualização que caracteriza essa época, o sujeito se torna progressivamente mais dono de sua conduta, ainda que inacabada e incompleta. Mauro Wilton de Souza define, a esse respeito, as tecnologias do pensamento que, como indicamos acima, constituem um dos pilares da pós-modernidade

As **rupturas de tempo** e espaço, meios e fins, produção e recepção, propiciadas pelas novas tecnologias da informação e da comunicação se expressam pelas possibilidades da **velocidade** nas infovias, nas inúmeras dimensões do ciberespaço, nas alternativas criadas pelo mundo digital, nas acepções possíveis do virtual e do hipertextual, nas potencialidades presentes na criação e na estética, nas oportunidades que criam a dicotomia representação-simulação, enfim, já como um slogan, são as tecnologias do pensamento (SOUZA, 2008, p. 55, grifos nossos).

Jair Ferreira dos Santos, em sua definição sobre a pós-modernidade, inclui ainda uma importante observação ao dizer que ela "invadiu o cotidiano com a tecnologia eletrônica de massa e individual, visando à sua saturação com informações, diversões e serviços" (1986, p. 10). O diretor regional do SESC-SP, Danilo Santos Miranda, no ensaio *Imergindo no futuro*, contextualiza as angústias

contemporâneas da realidade acelerada e orientada ao consumo

A correria em que o mundo se encontra, a produção e o consumo desenfreados de produtos e sonhos comercializáveis deixam resquícios indesejáveis, mas aparentemente basilares para a manutenção da existência. Entre duas possibilidades opostas (calmaria/correria, tudo/nada, euforia/depressão) nos vemos tentando, a todo custo, permanecer em equilíbrio e não cair na enxurrada dos momentos nebulosos com os quais nos encobre a contemporaneidade. (MIRANDA, 2013, p. 9).

Enquanto temos acesso a uma quantidade avassaladora de informações em pequenas frações de tempo, sofremos uma profunda carência de significação. A informação padronizada, excessiva e desvinculada de sentidos profundos funciona como o *fast food*, que nos sacia momentaneamente e nos engorda, sem com isso, ter valor nutricional. Uma forma de obesidade que esconde uma desnutrição.

O sociólogo jamaicano Stuart Hall (1998), falando de uma modernidade tardia, postula o sujeito pós-moderno como resultado de um processo fragmentário, com não uma, mas múltiplas identidades – móveis, variáveis e temporárias. Falamos de um imediatismo de aceleração e excessos. Um *agorismo* acelerado instalado na Era da Informação. Uma era veloz, de produção contínua, do *hiper-*. Gilles Lipovetsky aborda para a contemporaneidade os conceitos de *pós-modernidade* e de *hipermodernidade*. O primeiro, no século XX, retrata os processos de personificação na sociedade e individualização, com comportamentos narcísicos e saturados, criando um enorme vazio frente ao social. É nessa *era do vazio* (2005), que começa a apontar o futuro não mais como certeza de progresso. Mas, para o sociólogo francês, a pós-modernidade é o contexto de transição aos tempos hipermodernos (2004), realidade muito mais complexa e já não compreendida pelo termo do início da segunda metade do século XX: “No momento em que triunfam a tecnologia genética, a globalização liberal e os direitos humanos, o rótulo pós-moderno já ganhou rugas, tendo esgotado sua capacidade de exprimir o mundo que se anuncia” (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004, p. 52).

Embora, como apontado, sejam múltiplas as nomenclaturas, Lipovetsky indica como tripé deste período, que se iniciaria a partir dos anos 1980, “o mercado, a eficiência técnica, o indivíduo” (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004, p. 54). Um período em que se intensificam e aceleram características da pós-modernidade, como a orientação para o consumo, a sedução contínua e o individualismo; uma sociedade de excessos hedonistas. A metáfora de Emerson adotada por Bauman

também encontra significação em Lipovetsky

Por toda a parte, a ênfase é na obrigação do movimento, a hipermudança sem o peso de qualquer visão utópica, ditada pelo imperativo da eficiência e pela necessidade da sobrevivência. Na hipernmodernidade, não há escolha, não há alternativa, senão evoluir, acelerar para não ser ultrapassado pela “evolução”: o culto da modernização técnica prevaleceu sobre a glorificação dos fins e dos ideais. (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004, p. 57).

Michel Maffesolli (2010), fala da saturação do contrato social do século XVIII, fundado em uma lógica racional, privilegiando o cérebro e domesticando as paixões. Esse pacto racional da modernidade sólida nos colocava em uma pista de corrida, na qual a bagagem lúdica, cultural, artística, enfim, as paixões, eram deixadas de lado, para que se conquistasse mais velocidade na corrida. Essa modernidade antiga, sólida, contudo, apresentava um ponto de chegada, algo que se almejava no futuro. Já a hipernmodernidade ou modernidade líquida nos mantém na mesma corrida incessante, desfrutando passageiramente de identidades, relações e experiências rapidamente descartadas, consumindo laços na velocidade de nossas incertezas. O psicólogo Pedro Bendassolli também reúne os conceitos de aceleração, intensificação e fragmentação como características do nosso contexto

Em um sentido amplo, a pós-modernidade é a era da perda dos fundamentos. Essa perda se expressa, ao nível dos discursos e das práticas culturais, por meio de afirmativas que buscam destacar a fragilidade de nossas crenças a instabilidade dos vínculos e das relações e a precariedade de nossos antigos sistemas de valores. Um frenesi de mudanças e transformações parece ter se introduzido em nossos vocabulários cotidianos. (BENDASSOLLI, 2007, p. 17).

O presidente do Centro de Estudos em Sistemas Avançados do Recife (C.E.S.A.R⁴), Sílvio Meira (2018), aponta que a primeira Revolução Industrial, ocorrida há mais de dois séculos, causou enorme impacto nas relações de trabalho e produção, gerando aumentos de produtividade em uma ordem de 0,3% ao ano, continuamente por 50 anos. Com a incorporação da eletricidade nas fábricas, esse índice de produtividade cresceu para 1,16% ao ano, entre 1890 e 1915. Somada à instauração do modelo de produção fordista, essa tecnologia causou imenso crescimento na produtividade, “que se tornou de 2,5% ao ano, de 1915 a 1930”. A

⁴ O C.E.S.A.R. é um Instituto privado que inova em produtos, serviços e empresas de Tecnologias da Informação e Comunicação. Extraído de Seres tecnológicos: Como a tecnologia transformará o futuro da humanidade? Disponível em: <https://medium.com/@inovacao_cesar/seres-tecnol%C3%B3gicos-como-a-tecnologia-transformar%C3%A1-o-futuro-da-humanidade-cf57c26a58f2>. Acesso em: 08 mar. 2018.

tecnologia por si, diz o pesquisador “não é suficiente para maximizar o potencial de progresso, é preciso toda uma *disrupção* criativa no modelo”, afirma.

Meira estabelece um paralelo entre o contexto da eletricidade e a revolução da Informática, em implantação no Brasil desde a década de 70 e que demorou quase duas décadas para ter seus efeitos refletidos no mercado, até atingir aumentos de produtividade de 0,6% ao ano por uma década. “Já a Revolução chamada de Robótica, cuja tecnologia é a que predomina na maioria das fábricas atualmente, causou um aumento de produtividade de 0,4% ao ano, entre 1993 e 2007”, diz o pesquisador. Por fim, a revolução atual, pautada pelas tecnologias hoje de ponta como IoT, Big Data, Inteligência Artificial, deve elevar “os índices de produtividade no trabalho de 0,8% a 1,4% ao ano nos próximos 50 anos”. Há uma aceleração tecnológica em curso, com encurtamento dos ciclos de inovação e aumento da produtividade.

Pesquisando essa temática há mais de três décadas, o cientista e escritor Ray Kurzweil (2005) diz que esse ritmo da adoção de novas ideias tecnológicas tem dobrado a cada dez anos. “Levamos cerca de 100 anos para adotar o telefone, a primeira tecnologia de realidade virtual. Telefones celulares foram adotados em 8 anos”⁵, compara o cientista e escritor, ao explicar que há “uma razão fundamental pela qual processos evolutivos - e tanto a biologia quanto a tecnologia são processos evolutivos - aceleram. Eles funcionam através de interação. Eles criam a capacidade e depois usam essa capacidade para moverem-se para o próximo estágio”. Kurzweil aponta que os processos evolutivos absorvem energia e a transformam em aceleração, uma vez que sempre nos baseamos na última geração de tecnologias para criar as próximas gerações e evoluções.

Um dos precursores dos estudos sobre Inteligência Artificial, o cientista da computação Jürgen Schmidhuber (2012) defende que os desenvolvimentos históricos essenciais, entendidos como aqueles mais relevantes para a marcha humana, correspondem a uma escala binária que registra intervalos temporais “exponencialmente menores” nos últimos 40 mil anos. O que, adiante em nossa história, poderia convergir em um momento de singularidade tecnológica. Em seu

⁵ Trecho extraído da palestra proferida por Kurzweil em 2005 para o TED. Disponível em < https://www.ted.com/talks/ray_kurzweil_on_how_technology_will_transform_us?language=pt-br>. Acesso em 03 mar. 2018.

complemento digital *Is History converging again*⁶, Schmidhuber ilustra essa suposta aceleração, mas traz uma importante reflexão: há de fato uma aceleração desses intervalos ou esse levantamento dos intervalos revelaria, por outro lado, o padrão da memória humana social, que estaria mais focada nos acontecimentos recentes e seus detalhes, espaçando os acontecimentos anteriores e eliminando nuances entre uma revolução e outra?

Enquanto este trabalho não pretende definir a resposta para a questão da existência de uma aceleração do tempo, as pesquisas ora abordadas nos mostram diversas hipóteses que fazem aproximações sobre essa possibilidade. Há que se considerar que, embora diversas caracterizações de distintos campos do saber sustentem tal ideia do ponto de vista técnico-científico, temos mais tempo hoje do que antigamente. Um brasileiro nascido na década de 1940, tinha expectativa de viver até os 45,5 anos. Um brasileiro nascido em 2016 conta com três décadas a mais, tendo estimativa de atingir os 75,8⁷ anos. Este último, nasce já inserido em uma economia digital, com mais da metade⁸ da sociedade brasileira conectada à internet, o que deveria (ao menos em teoria) agilizar a realização de tarefas.

Essa é a linha de raciocínio pela qual envereda o economista brasileiro Eduardo Giannetti (1998) em seu *paradoxo da aceleração do tempo*, uma contradição entre a experiência subjetiva e objetiva do tempo. “O vírus contagiante da pressa nos agita, inquieta e alucina. A coceira de urgências mal resolvidas estilhaça a nossa atenção consciente, quebrando-a em mil pedaços. O superávit objetivo resulta em déficit subjetivo”, define o autor.

O sujeito pós-moderno é um velocista, quebrando recordes pós-humanos. Mas não sabe ao certo qual direção está seguindo. Ou se corre em círculos. Tal processo parece exaustivo. E, neste caso, as aparências não enganam. O filósofo sul-coreano (radicado na Alemanha) Byung Chul-Han (2015) fala exatamente dessas possibilidades e estímulos múltiplos para explicar o que chama de sociedade do

⁶ Como complemento ao artigo *New Millennium AI and the Convergence of History*, o pesquisador constrói visualmente uma escala dos intervalos entre as revoluções humanas nos últimos 40.000 anos da história. Disponível em <<http://people.idsia.ch/~juergen/history.html>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

⁷ Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18469-expectativa-de-vida-do-brasileiro-sobe-para-75-8-anos>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

⁸ Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

cansaço, onde se deixa para trás o paradigma imunológico, que exclui e isola, para um paradigma que intensifica tudo ao *super-*, em que o excesso é internalizado à exaustão. Han reflete acerca dessa sociedade contemporânea que nos *hiperestimula* à produção contínua, ao desempenho, à performance. “O que causa a depressão do esgotamento não é o imperativo de obedecer apenas a si mesmo, mas a pressão do desempenho” (2015, p. 27).

A quantidade de estímulos, informações e tarefas nos conduz a um estado de alerta contínuo, de *hiperatenção* (HAN, 2015); uma atenção multifocal, como a dos animais, que por instinto de sobrevivência, precisam estar alertas continuamente, sob risco de vida. Atenção sobrecarregada em um contexto *hiper-*, porque em sua tendência positiva – em contrapartida à moral negativa, excludente, do paradigma anterior a este. Han indica a relação desse sujeito de alta performance do contexto contemporâneo ao vertiginoso aumento de doenças neuronais que indicam o paradigma que vivemos

Visto a partir da perspectiva patológica, o começo do século XXI não é definido como bacteriológico nem viral, mas neuronal. Doença neuronais como a depressão, transtorno de déficit de atenção com síndrome de hiperatividade (TDAH), Transtorno de personalidade limítrofe (TPL) ou a Síndrome de Burnout (SB) determinam a paisagem patológica do começo do século XXI” (2015, p. 7).

A atenção contínua, em uma vida fragmentada, não assegura que possamos acompanhar a velocidade do conhecimento e informações que produzimos antes que ele se torne obsoleto. O historiador e professor israelense Yuval Noah Harari aponta o que chama de o paradoxo conhecimento

Esse é o paradoxo do conhecimento histórico. Conhecimento que não muda o comportamento é inútil. Mas, aquele que muda o comportamento perde rapidamente a relevância. Quanto mais dados tivermos e quão melhor compreendermos a história, mais rapidamente a história alterará seu curso e mais rapidamente nosso conhecimento se tornará obsoleto. (HARARI, 2016, p.66).

Em outras palavras, a sobrecarga informacional agora vivida não apenas nos coloca em constante estado de *hiperatenção*, como a (ainda que diminuta) absorção desses novos dados, informações ou mensagens tende a reconfigurar internamente as informações e dados que estruturam nossa forma de compreender o mundo e, portanto, de rememorar o passado e projetar o futuro.

O pesquisador canadense associado à Universidade de Ottawa, Dan Gardner dedica suas investigações a questões ligadas à tomada de decisão, futuro e

psicologia evolutiva. Gardner faz uma interessante comparação que, a exemplo do gráfico de Schmidhuber, nos traz uma imagem de nosso lugar no tempo e espaço. Diz ele que se tivéssemos de organizar a história da humanidade na proporção de tempo que vivemos em cada estágio do nosso desenvolvimento “duzentas páginas seriam dedicadas à vida dos caçadores coletores nômades. Uma página daria conta das sociedades agrárias. O mundo dos últimos dois séculos – o mundo moderno – ganharia um pequeno parágrafo no fim” (GARDNER, 2008, p.32).

A comparação de Gardner é parte de um estudo focado em risco e serve para ilustrar a dificuldade que temos de navegar em um mundo pós-moderno com nossos cérebros “das cavernas”. É como se o *software* que rodamos hoje já estivesse em vias de ser incompatível com nosso *hardware*. Esse processo, avalia Gardner, é um ataque de estímulos à nossa estrutura mais primitiva e instintiva de processo de pensamento. “Imagine um caçador da Idade de Pedra que certa noite cai no sono perto das brasas ardentes da sua fogueira. Quando ele abre os olhos de manhã, está deitado em uma calçada da Times Square”, diz. “Essa seria o humano contemporâneo ‘perplexo, confuso, lutando para entender o mundo que o cerca’ (2008, p.26).

O biólogo evolucionista Richard Dawkins diz que “O mundo em que vivemos é um mundo cultural que se transforma mais rápido do que a evolução genética” (2016, p.89). Em *A expressão das emoções no homem e nos animais*, Charles Darwin (2000), no qual Dawkins baseia seus estudos, cita a importância do medo e do estado de alerta como respostas adaptativas para preservação da vida e perpetuação da espécie, tendo um papel central em nossa evolução.

Essa evolução, que se desenvolveu longamente nas últimas centenas de milhares de anos, acontece, para seguir a metáfora, no prefácio e no início das 200 primeiras páginas da história da humanidade. Seus reflexos ainda são o modo de operar de nosso *hardware*, mas ao se manifestarem na ausência de objetos específicos, ficam difusos. Tanto nossos medos estão plasmados na realidade quanto está também nossa atenção. Fluídos e *hiperacelerados*, ambos parecem ser o cimento desse contexto fragmentário que vivemos.

Em uma tarde de domingo, ainda ao redor da mesa após o almoço, eu participava de um debate de família, no qual todas as gerações presentes participavam ativamente, trazendo dados, referências, experiências próprias. Meu tio descansava o olhar no horizonte, parecendo mais absorto em seus pensamentos do

que nas curiosidades que tomavam a família. Então, repentinamente, rompeu o estado contemplativo e me confidenciou, quase aos sussurros: “Quando eu era pequeno, meu pai sabia de todas as coisas do mundo. Eu queria crescer para ser como ele. Agora, os meus filhos é que parecem saber as coisas todas. Nunca chegou a minha vez”. A anedota parecia ilustrar muitas das minhas pesquisas e dos estudos aqui apresentados: a ânsia onipresente por informações, a sensação compartilhada de precisar saber mais e mais e, sobretudo, o futuro sonhado que nunca foi alcançado: não por seu caráter fugidio, de se distanciar conforme a marcha dele, mas pelo seu caráter acelerado, retroagindo a tal ponto que nunca pode ser alcançado.

Não somos como nossos pais, não temos a sensação de compreender o presente e não conseguimos projetar o futuro, diz meu tio e também Richard Sennett em *A corrosão do caráter* (2009). O aumento de potência tecnológica não necessariamente é acompanhado de um aumento de potência humana e social, mas necessariamente aumenta as cobranças internas dessas – internas à sociedade e internas ao indivíduo. “A violência neuronal não parte mais de uma negatividade estranha ao sistema. É antes uma violência sistêmica, isto é, uma violência imanente ao sistema” afirma Han (2015, p. 20). O neurocientista argentino, naturalizado brasileiro, Ivan Izquierdo explica da seguinte maneira

Este mundo de hoje se especializou em pressões. Em parte, porque as pessoas vivem mais e por isso há mais pessoas, em parte por um estilo amalucado de vida que se espalhou pelo mundo afora, em parte porque essas pessoas a mais que há no mundo geram mais e mais informação, em proporção geométrica a seu número. (2006, p. 35).

O professor britânico Thomas Wilson vem desenvolvendo, desde a década de 1980, um modelo geral do comportamento informacional e da busca por informações. Em artigo após a segunda revisão de seu modelo, Wilson aborda a ideia de uma sobrecarga cognitiva causada pelo excesso ou déficit de informação. Os conceitos de *meios quentes* e *meios frios* propostos por Marshall McLuhan (1964) enriquecem a compreensão da teoria de Wilson, uma vez que os meios quentes (que prolongam um dos sentidos, têm alta definição) exigem menos participação da audiência para a construção de sentido; enquanto os meios frios (que prolongam mais de um sentido humano e possuem baixa definição) exigem maior participação da audiência para a construção de sentido nas lacunas deixadas.

Um ou outro em seu extremo ou em excesso levam a essa sobrecarga cognitiva proposta por Wilson, exigindo um grande esforço para lidar com a saturação ou para completar as lacunas dos fragmentos ofertados.

E, ao fim e ao cabo desse esforço, o desafio é não apenas da disponibilidade dessas informações, mas da nossa disponibilidade de processá-las, ao que Wilson afirma que

O fato de uma situação demandar informações para preencher lacunas cognitivas, apoiar valores e crenças, ou influenciar estados afetivos, e que fontes de informação estejam disponíveis e acessíveis ao pesquisador, não garante que a informação será "processada" (isto é, incorporada ao quadro de conhecimentos, crenças ou valores dos usuários) ou usada (isto é, levar a mudanças de comportamento, valores ou crenças). (1997, p. 30).

Em artigo sobre a disponibilidade de informação no ambiente eletrônico, Rosaly Favero Krzyzanowski e Rosane Taruhn (1998), contam que no ano de 1851, antevendo a explosão de dados e informações que viria a se dar nas décadas e séculos seguintes, o primeiro secretário do *Smithsonian Institute*, Joseph Henry, já se alarmava

a humanidade tem seu progresso baseado em pesquisa, estudo e investigação, que geram saber, conhecimento ou, simplesmente, informação. Praticamente para cada item de interesse existe algum registro de saber pertinente. A não ser que essa massa de informações seja armazenada com ordem e que se especifiquem bem os meios em que nos irão expor os respectivos conteúdos, tanto a literatura como a ciência perecerão esmagadas sob seu próprio peso. (HENRY⁹ apud KRZYZANOWSKI, TARHUN, 1998, P. 193).

O que Henry anteviu sem chegar a conhecer foi exatamente a economia baseada em dados, no qual cada ação em um ambiente digital, gera registros, dados e análises, o que agrava ainda mais a aceleração dessa explosão de dados. A publicação *The Economist* abordou essa ideia em 2010 no especial intitulado *O dilúvio de dados*¹⁰.

A cultura pop também propaga essa ideia de fragmentação sob o peso da sobrecarga informacional na obra do cientista bioquímico russo radicado nos Estados Unidos, Isaac Asimov. A *Série da Fundação*, sua mais celebrada obra

⁹ ANNUAL report of the board of regents of the Smithsonian Institution... during the year 1851. Washington: [s.n.], 1852. p. 22

¹⁰ Em 2010, a publicação inglesa *The Economist* publicou um dossiê intitulado *The data deluge* no qual explica o então desconhecido conceito de *big data* e seus impactos sobre o mercado, governos e a sociedade como um todo (CUKIER, 2010)

(entre as 509 que desenvolveu ao longo da vida) tem início sob o contexto de uma sociedade extremamente avançada tecnologicamente, mas com suas narrativas fragmentadas. Na obra, há tanta informação disponível e em tantas fontes (num sistema com 40 bilhões de habitantes), que já não se é possível saber sequer em que ponto surgiu a humanidade ou a rota que traçou (ASIMOV, 2014).

O sociólogo Dominique Wolton, em entrevista à revista *Comunicação Empresarial*, reflete sobre o desencontro entre o excesso de informações às quais temos acesso e a dificuldade de transmutar essa abundância em sentido. “Quanto mais fáceis se tornam as trocas do ponto de vista técnico, mais se torna essencial e difícil satisfazer as condições culturais e sociais para que a comunicação seja algo diferente de uma transmissão de informações” (WOLTON, 2015, p. 11).

Na mesma publicação, a filósofa brasileira Viviane Mosé (2013) relaciona esse contexto à velocidade exponencial do crescimento tecnológico cruzada ao lento ritmo da evolução ainda muito linear dos debates sociais. Uma imensa e assustadora capacidade científica. Imensa em sua magnitude e assustadora ao passo que não vem acompanhada de maturidade política e social. Mais informação, nos lembra Teixeira Coelho “não pode, por si só, ser considerada como ‘melhor informação’. Não pode ser deixada de lado a questão do valor da informação transmitida” (COELHO NETTO, 2007, p.177).

Embora tecnologia e sociedade evoluam em *protocooperação*, não o fazem com uma velocidade estável ou diretamente proporcional. O descompasso social que se cria com as revoluções das tecnologias da comunicação e informação se reflete no esvaziamento das relações sociais e da comunicação, sendo disfarçado pelo real que encobre o que já não existe. “A informação é cada vez mais invadida por esta espécie de conteúdo fantasma, de transplantação homeopática, de sonho acordado de comunicação” diz-nos Jean Baudrillard (1981, p. 105), em obra que é retomada nas reflexões do poeta e biólogo moçambicano Mia Couto

Não sei quanto ainda comunicamos. Trocamos, com instantaneidade, recados. Somos inundados por uma *sobredose* de informações, nos tornamos receptores permanentes de mensagens. Mas, na maior parte das vezes, essas informações são apenas ruídos, um simulacro de companhia (COUTO, 2015, p. 12).

O desenvolvimento da pós-modernidade e de relações econômicas baseadas nos fluxos de informação e narrativas *transmídia* (JENKINS, 2009), é marcado não apenas pela aceleração dos ciclos tecnológicos, mas pelo aumento de

acesso dos cidadãos às tecnologias de produção e compartilhamento de dados. Isso nos leva ao cenário atual: em maio de 2018, a média diária de produção de dados era de 2,5 *exabytes* (o equivalente a 2,5 quintilhões de bits de informações). Nos últimos dois anos da humanidade, foram criados 90% dos dados do mundo (cerca de 1 septilhão de bits). E isso tende a se intensificar com a internet das coisas (IoT) e a Inteligência Artificial, por exemplo, como analisa Bernard Marr (2018) para a Forbes, e crescer 600% até o final de 2020 (MACHADO, 2014). Em 2025, essa quantidade terá atingido 163 zettabytes (um trilhão de bits).

A IDC, empresa líder de inteligência de mercado, publicou em 2017 o estudo *Data Age 2025: The Evolution of Data to Life-Critical* (REINSEL; GANTZ; RYDNING, 2017), que indica o crescimento exponencial de dados nas sociedades e os classifica entre dados *gerais*, *potencialmente críticos*, *críticos* e *hipercríticos*, todos em crescimento e distribuídos de acordo com a Figura 1. O grau de criticismo está relacionado a uso desses dados em carros autônomos, *nanorrobótica* aplicada a saúde e este tipo de aplicação de ponta das ciências de dados.

Figura 1 – Divisão dos dados de acordo com seu potencial crítico e projeção e crescimento até 2025

Fonte: REINSEL; GANTZ; RYDNING, 2017

O relatório fala também sobre a sociedade *data-driven*, termo em ascensão nos segmentos corporativos, midiáticos e sociais, para designar a capacidade de ser *orientado por dados*. Esse termo se tornou ainda mais comum com a popularização

de outro termo das ciências da computação, o *big data*, que designa quantidades massivas de dados armazenados em diversos servidores de rede, a partir de sistemas operacionais interligados entre si na computação em nuvem (*cloud computing*). O Big Data deu origem, apenas na última década, a uma série de profissões inimagináveis: diversas carreiras em BI (*Business Intelligence*), Análise de dados, mineração de dados, Arquiteto de dados, Cientista de Dados, Engenheiros de dados etc. São carreiras para as quais não houve uma formação prévia e que hoje encontram grande demanda no mercado. Mas, o que nos interessa, neste momento, refletir acerca do conceito de *orientado por dados* é que não é tão seguro afirmar que o que existe hoje seja uma orientação de fato. No gráfico abaixo, vemos o crescimento da busca pelo termo *big data* na plataforma Google ao longo dos últimos 14 anos (tempo de disponibilidade dos dados). Os dados revelam seu crescimento ao final da primeira década do século e início da segunda, quando atinge uma estabilidade no topo das buscas.

Figura 2 – Popularidade das buscas por “big data”

Fonte: GOOGLE. **Resultado de busca do termo *big data* na Google Trends.** Google, 2018. Disponível em: < <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=BR&q=big%20data> >. Acesso em: 25 de julho de 2018.

Em 2007, quando a crise do *subprime* deflagrou um colapso econômico global que ainda tem seus reflexos (não apenas na economia global, mas sobretudo, em uma nova onda, atingindo mais profundamente as relações sociais), os grandes

bancos investidores baseavam-se em sistemas muitíssimo avançados de previsão e análise de dados. E parte da crise, defendem alguns especialistas¹¹, foi causada justamente pela orientação excessiva ao comportamento de dados enquanto fragmentos de informação em massa, mas com pouca atenção às sociedades, ao comportamento humano e a perspectiva individual dos impulsos.

Impõe-se hoje uma premência de que os cidadãos sejam orientados por dados, mas o que a realidade tem nos mostrado é que, em sua sobrecarga não filtrada, estamos reforçando gerações desorientadas pelos mesmos dados. Em sua obra *Psychopolitics*, Han (2017b) aborda exatamente esse esvaziamento dos sentidos e formas de controle da *SmartPolitics*, a política que não precisa proibir, mas seduzir, quem em vez de adequar as pessoas, as torna dependentes. As “novas formas de poder” abordadas no subtítulo da obra sugerem a onipresença dos *smartphones*, redes sociais e, claro, do *big data*, catalisador do vício esvaziado do sentido, da ausência de negação que permite os espaços para significação. Para o autor, o *big data* cria um sociedade do ban-óptico¹², assume características viciantes e cria um movimento análogo ao dadaísmo ao abrir mão do sentido e da linguagem

Dataísmo é niilismo. Desiste de todo e qualquer significado. Dados e números não são narrativos; eles são viciantes. O significado, por outro lado, é baseado na narração. Os dados simplesmente preenchem o vazio sem sentido. Agora, os números e os dados não estão apenas sendo absolutizados - eles estão se tornando sexualizados e fetichizados. Isso equivale a nada além de energia libidinal que flui para o "Eu Quantificado" de hoje. No geral, o dataísmo está exibindo traços libidinosos - na verdade, pornográficos. (2017b, p. 59, tradução livre da autora).

Vimos, ao abordar o contexto de pós-modernidade ou modernidade líquida, a fragmentação das narrativas atingindo, inclusive, a identidade, agora *prêt-à-porter* e fruto de um contexto fragmentado, como abordam Bauman e Sennett. Vale questionar que muitos dos saberes e competências exigidos no mundo de hoje, não

¹¹ O professor de Yale, Robert Shiller foi um dos economistas que previu a crise do subprime. Seu trabalho consistia em avaliar o comportamento humano, por trás dos dados numéricos. Embora tenha sido recebido com algum descrédito à época das previsões, cinco anos após a “bolha estourar”, foi laureado com o Prêmio Nobel na categoria economia. Suas teorias sobre os aspectos comportamentais da economia estão no livro *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy and Why it Matters for Global Capitalism*.

¹² Ao contrário do panóptico de Jeremy Bentham, que vigia os prisioneiros encarcerados pelo sistema, o ban-óptico é um dispositivo que identifica os sujeitos que não se encaixam nas características do sistema para bani-los. “O panóptico clássico servia para disciplinar. Em contraste, o ban-óptico assegura a segurança e eficiência do Sistema” (HAN, 2017b, p. 66).

foram ensinados nas graduações dos últimos cinco anos. Não há mais um déficit entre os saberes do início ao final da carreira: esse déficit agora é cíclico e crônico.

Pensemos na popular anedota que diz que a cada sete anos as células do corpo se renovariam completamente. Seríamos como um suporte que vai trocando e melhorando suas peças gradativamente, até que fossemos completamente outros. Embora essa proposta não se valide cientificamente, no campo social e do trabalho já é seguro dizer que em intervalos menores que esses, campos do conhecimento e da ação humana se renovam completamente.

Esse volume de dados leva a uma incapacidade de articulá-los em ideias e conceitos que impulsionem nossas ações no mundo. “*Big data* é puramente aditivo; nunca chega ao fim, a uma conclusão. Em contraste com as correlações e adições que o *big data* gera, o pensamento teórico representa uma narrativa a partir do conhecimento”, explica Han (2017b, p. 70, tradução livre da autora). Os paradoxos da sobrecarga com esvaziamento, simulacros, obesidade de dados *versus* uma desnutrição informacional, retroalimentam-se continuamente, numa autofagia própria à informação e aos dados. “A informação devora os seus próprios conteúdos. Devora a comunicação e o social” (BAUDRILLARD, 1981, p. 105). E tal incapacidade de articulação, a sobrecarga informacional por excelência, leva também a um encurtamento do nosso vetor de tempo. “A *densarrativização* (Entnarrativisierung) geral do mundo reforça o sentimento de transitoriedade”, diz-nos Han (2015, p. 44 e 45).

A informação se torna cada vez mais veloz, cada vez mais acessível. Mais presente, mais invasiva, mais sufocante. E mais esvaziada. Temos as conexões e podemos produzir conteúdo livremente, atingindo públicos ilimitados. Podemos transmitir informações para nossos bairros, nossa cidade, para o país (mesmo que não seja o nosso). Posso falar para quem não decodifica meu idioma - há tecnologias para isso. Mas nada disso assegura que estejamos de fato comunicando, uma vez que a comunicação não é um processo técnico, mas a busca pela relação com o outro.

Neste ponto, retornamos a Wolton, que defende que

é nisso que a comunicação desloca a problemática da informação. Todos sonham reduzir a comunicação à troca de informações, e todos constatarem que o homem não vive de informações, de mensagens, mas de relações, na maior parte do tempo, difíceis. (2006, p. 223-224).

Para o filósofo francês, os excessos e fragmentações da globalização e da era da informação causam a *incomunicação*, a ausência da comunicação, pois satura e não atribui sentido. Na obra *É preciso salvar a comunicação*, Wolton (2006, p. 42) defende ainda que a comunicação não existe mais somente para ‘transmitir’, mas também para organizar o espaço simbólico. Comunicar é retornar o sentido, o simbólico e a significação para a sociedade, resgatando-a dos excessos do que ela mesma produziu. As novas tecnologias propiciam novas formas de geração de valor, que transformam a sociedade como um todo. O arquiteto e designer americano, Richard S. Wurman estabelece um comparativo para marcar a distinção da contemporaneidade em termos evolutivos: “Antigamente, na Era Industrial, o mundo era governado pelos recursos naturais, as matérias-primas. Hoje, é governado pela informação. Qual a diferença? As matérias-primas são finitas; a informação parece ser infinita” (2005, p.17).

O efeito disso é uma sobrecarga informacional, como propõe Alvin Toffler, ou uma ansiedade de informação, como propõe Wurman. Esta última, derivada do “constante excesso de estímulos; não nos é dado o tempo ou a oportunidade de fazer transições de uma ‘sala’ ou ideia para a próxima. Ninguém funciona bem se estiver sempre ofegante” (2005, p.86). Ao passo que encontramos em Toffler que o “choque do futuro é um fenômeno do tempo, um produto da taxa de mudança muito acelerada na sociedade”, diz Toffler (1990, p.11).

Um choque que se comporta como uma *segundidade*, como proposta por Peirce: um confronto com a realidade que interrompe o fluxo, o padrão, exigindo uma significação (semiose) para o retorno ao fluxo. Diante do choque, nesta perspectiva, a fluidez é interrompida, a continuidade em direção ao futuro. “A internet é informação na ponta dos seus dedos, mas também sobrecarga de informação: é um estoque de informação tão vasto que pode sufocar”, explica Wurman citando Gary Rivlin

Já estávamos sobrecarregados e exaustos quando apareceu a internet, outra revolução que faz a vida se parecer ainda mais com uma eterna corrida em cima de uma esteira ligada na velocidade máxima [...] por que é que as invenções – micro-ondas, fax, e-mail, celular e por aí afora – tornam nossa vida cada vez mais agitada, e não o contrário? (RIVLIN apud WURMAN, 2005, p. 13)

Assim, o futuro já não se revela mais tão promissor e mágico como antigamente; sequer temos a certeza da colheita dos esforços de hoje. Essa

incerteza, como aponta Bauman, nos direciona, em um primeiro momento, a um comportamento *agorista*¹³: Já não temos a autoestima de ação da classe média clássica, a classe média da ética protestante de Weber (2004). Temos apenas a incerteza no futuro que nos fixa na aceleração contínua do presente, num ritmo acelerado, hiperacelerado, de hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004).

2.2 A Ressaca do Mundo Líquido

“Vivemos num momento da história em que a mudança é tão acelerada que só começamos a ver o presente quando ele já está passado”

R. D. Lang

Falamos em modernidade líquida, dilúvio de dados, esvaziamento de sentido e outras metáforas que nos permitem a imagem de um maremoto no qual nos afogamos. Tal qual a aceleração do degelo do Ártico tem aumentado o nível dos mares globalmente e alterado temperaturas, a aceleração do degelo da modernidade sólida não nos oferta uma modernidade líquida estável, mas um tsunami de mudanças que enfrentamos diuturnamente. O efeito disso, como nos diz Toffler, é uma *ressaca violenta* que nos atinge dia após dia. “As ondas de informações codificadas se transformam em violentas ressacas e surgem em um ritmo cada vez mais rápido, batendo em nós, procurando entrar, por assim dizer, no nosso sistema nervoso” (1990, p. 166, tradução livre da autora).

A individualização característica deste período causa uma fragmentação do indivíduo em si, vivendo episódios estilhaçados de sua experiência e também de suas perspectivas de tempo e narrativa, diz-nos o sociólogo e historiador Richard Sennett (2009). A fragmentação dessa narrativa compromete nossa existência enquanto indivíduos fundados na historicidade. “Cada um de nós constrói a própria

¹³ Usamos aqui a ideia de Cultura Agorista proposta por Bauman em entrevista à revista *Comunicação Empresarial* em novembro de 2014: “um tipo de vida em que se compensa a falta de segurança, ou a falta de perspectivas, pela tentativa de desfrutar o máximo do presente, vivendo para o presente [...] qualquer que seja o prazer ou experiência possível, nós queremos agora” (BAUMAN, 2014)

mitologia pessoal a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana”, explica o pesquisador do MIT Henry Jenkins (2009, p. 28). Tal construção pessoal é profundamente impactada pela sobrecarga de fragmentos. É como montar um quebra-cabeças de mil peças, tendo à sua frente o conteúdo de centenas desses passatempos, com peças de formatos e figuras distintos – multiplicando-se contínua e incessantemente. Com tantas opções de peças se sobrepondo velozmente, é quase impossível montar o *big Picture*, a figura maior. É um desafio escolher um único padrão, por si só.

A pesquisadora brasileira em comunicação e história, Marialva Carlos Barbosa, lembra-nos que “o conhecimento é um valor que traz as possibilidades das épocas históricas em que se vive” (2009, p. 18). Ora, se não conseguimos assimilar os conhecimentos, já não somos capazes de enxergar - quem dirá compreender e aproveitar – as possibilidades que emergem. “Como se pode buscar objetivos de longo prazo numa sociedade de curto prazo? Como se podem manter relações duráveis?”, questiona Sennett (2009, p.27).

Se em sua *Modernidade Líquida*, Bauman (2001) apoia-se na metáfora de Ralph Waldo Emerson do lago congelado que atravessamos - sem visibilidade e que nos deixa apenas a alternativa da velocidade – em *Retrotopia* (2017b), Bauman aponta que o vetor do tempo que antes nos direcionava ao futuro e que, em nossa contemporaneidade nos acelerava em um imediatismo hedonista, cede ainda mais à pressão da velocidade e se direciona ao passado, em uma nostalgia epidêmica. Cita a professora eslava de literatura Svetlana Boym¹⁴, que explica que “o século XX começou com uma utopia futurista e terminou atolado em nostalgia” (BOYM, 2001 apud BAUMAN, 2017b, p. 7, tradução livre da autora).

Em outro texto publicado também em 2017, o sociólogo polonês aponta justamente a troca de posições entre memória e futuro, tendo este último perdido o posto de projeção do progresso e se tornado o espaço no qual projetamos as nossas ansiedades, angústias e medos. Tal mudança gera sintomas como o pânico da imigração, do diferente, e a diáspora, ou o multicomunitarismo¹⁵. A solução

¹⁴ BOYM, Svetlana. **The future of Nostalgia**. Basic Books, 2011.

¹⁵ Em seu livro *A cultura no mundo líquido moderno*, Bauman apresenta o termo *multicomunitarismo* em contraposição ao termo *multiculturalismo* proposto por Alain Tourain, que propunha uma ideia de irrestrita liberdade de escolha entre ofertas culturais ricas e diversas. O *multicomunitarismo*, ao

proposta por Bauman? O diálogo. A negociação de valores, de sonhos possíveis, estabelecimentos de vínculos. A narrativa que nos reorienta para a negociação e compartilhamento de valores. Condição para a autoestima na ação, para a confiança. O diálogo que nos direcione novamente ao futuro.

Ora, se como aponta Adauto Novaes (2013, p. 17) “em um mundo acelerado, sem o tempo lento do pensamento, o presente é substituído pelo *imediato* – mais precisamente pelo imediatismo das coisas –, pelo provisório e pelo fim das grandes narrativas”, o caminho para que se possa olhar para o futuro não é sua busca isolada, mas sua reintegração com passado e presente, reintegração essa que se estabelece no campo das narrativas.

Essa pressão do presente acelerado, com possibilidades de acesso ao conhecimento que já não nos libertam, mas aprisionam, geram um efeito de sobrecarga destacado pelos pesquisadores do Grupo de Estudos de Novas Narrativas da USP (GENN-ECA-USP), Emiliania Pomarico Ribeiro e Paulo Nassar, que descrevem a sensação já universalizada de que

não conseguimos nos manter atualizados com tudo o que ocorre no mundo. O sentimento de culpa sobre as leituras acumuladas e sobre as notícias que não chegaram aos nossos ouvidos. A incapacidade que nos colocamos quando não sabemos explicar um conteúdo. A ilusão de achar que a pessoa ao nosso lado está entendendo tudo e que saberia responder a qualquer questão. O receio em dizer “não sei” e se apresentar desinformado (NASSAR; RIBEIRO, 2012).

Se, novamente em Bauman (2013, 2017b), o receio de não contribuir era um dos medos do sujeito moderno, o sujeito pós-moderno tem um encurtamento do seu tempo, preocupando-se ainda mais com o seu presente imediato, enquanto suas habilidades sociais para o futuro atrofiam-se continuamente. O sociólogo aponta a classe média atual como distinta do conceito apresentado por Weber (2004)

Quando falamos classe média, ainda estamos, por inércia, lembrando da classe média clássica que se estabeleceu após a Revolução Francesa, por ter adquirido uma grande quantidade de energia, autoconfiança e coragem. Eles realmente se sentiam em casa no país, na política e assim por diante [...] A característica que define essa classe média é a autoconfiança. Eram pessoas que realmente acreditavam em sua própria capacidade de agir e a colocavam à prova diariamente. O que emerge agora, infelizmente, nas condições da crônica e incurável incerteza do mundo, é o

contrário, “presume que a lealdade de um indivíduo é uma questão respondida de antemão pelo irrefutável pertencimento a uma comunidade de origem” (BAUMAN, 2013, p. 47). Para o sociólogo a promessa de diversidade foi suprimida pela restrição de grupos autocentrados.

sentimento geral de insegurança, a falta de bases sólidas sob os pés e, também, o **sentimento de um tipo de impotência**. (BAUMAN, 2014, P. 14, grifo nosso).

O choque do futuro, proposto por Toffler, não é uma exclusividade de nosso tempo, mas uma tendência crescente que vem se acentuando. Essa ressaca violenta que propõe nos causa um estado ininterrupto de adaptação às novidades, defende Toffler. Neurologicamente, nossos cérebros armazenam informações do ambiente e estímulos; mas, quando esses estímulos são muito inéditos, o sistema de catalogação, por assim dizer, não está preparado para o processamento daquele dado novo, causando um estado adaptativo, também conhecido como estresse

Como a resposta de orientação, a reação adaptativa não é uma raridade. Leva mais tempo para despertar e dura mais tempo, mas isso acontece inúmeras vezes, mesmo no decorrer de um único dia, respondendo a mudanças em nosso ambiente físico e social. A reação adaptativa, às vezes conhecida pelo termo mais dramático "estresse", pode ser desencadeada por alterações e mudanças no clima psicológico ao nosso redor. (1990, p. 338-339, tradução livre da autora).

A estimulação excessiva e repetida do estado de adaptação causada pela densidade informacional gera efeitos neurológicos de longa duração, como ansiedade, estresse e depressão, por exemplo. A ansiedade de informação proposta por Wurman “resulta do constante excesso de estímulos; não nos é dado o tempo ou a oportunidade de fazer transições de uma “sala” ou ideia para a próxima. Ninguém funciona bem se estiver sempre ofegante” (2005, p.86).

Essa sobrecarga é uma forma de violência neuronal, como aborda Han, uma forma que, ao se basear justamente no excesso e na oferta infindável de possibilidades, “escapa da toda ótica imunológica, pois não tem negatividade. A violência da positividade não é privativa, mas saturante; não excludente, mas exaustiva. Por isso é inacessível a uma percepção direta” (2015, p. 20). Essa cobrança interna é um dos combustíveis dessa ansiedade interna, como explica Wurman

As pessoas continuam sentindo ansiedade em relação a como assimilar um corpo de conhecimentos que se expande a cada nanossegundo. E que vem cheio de desinformação e confusão. A ansiedade de informação é causada pela distância cada vez maior entre o que compreendemos e o que achamos que deveríamos compreender. É o buraco negro existente entre os dados e o conhecimento, que aparece quando a informação não diz o que queremos saber [...] Nosso relacionamento com a informação não diz o que queremos saber. (WURMAN, 2005, p.14).

Também as consequências psíquicas apontadas por Toffler se relacionam à própria ideia de sociedade do cansaço proposta por Han. A pressão do desempenho que acontece pela positividade - que não abarca a ideia de excluir, mas almeja a maximização da informação, da performance. Em palestra à rede TED (fundada por Wurman), o co-fundador da revista Wired, Kevin Kelly levanta uma provocação quanto à excessiva preocupação humana com eficiência. Tal virtude, por assim dizer, se tornou o foco das sociedades tecnológicas; contudo desconsideram que o avanço da tecnologia pode justamente nos liberar dessa preocupação, delegando tarefas baseadas em dados à sistemas cognitivos artificiais e buscando debruçar-nos sobre o que é de fato marcante na trajetória humana

Somos realmente bons em coisas ineficientes. A ciência em si é ineficiente. Funciona pelo fato de haver uma falha atrás da outra. Funciona pelo fato de fazerem testes e experiências que não funcionam, senão não se aprende. Funciona pelo fato de que não há muita eficiência nisso. A inovação, por definição, é ineficiente [...] A busca em si é ineficiente. A arte não é eficiente. As relações humanas não são eficientes [...] A eficiência é para robôs. (KELLY, 2016).

Para Han, não estamos mais na sociedade do panóptico, do paradigma imunológico. Estamos em outro contexto, com outros efeitos colaterais na sociedade. “A sociedade disciplinar ainda está dominada pelo não. Sua negatividade gera loucos e delinquentes. A sociedade do desempenho, ao contrário, produz depressivos fracassados” (2015, p. 24-25). A sensação de fracasso é o novo lobo do homem, é o que nos motiva a uma espécie de autoflagelação pelo excesso da informação. Mas, agora, com cada homem lobo de si mesmo. E esse lobo devora as informações sem necessariamente se alimentar delas: “A ansiedade associada ao fracasso nos impede de explorar nossa criatividade, de assumir os riscos que nos abririam novos horizontes, de aprender e, assim, de assimilar novas informações” (WURMAN, 2005, p. 279).

Essa sensação de fracasso ou de impotência é também explicada na *Ética* de Spinoza, que trata dos efeitos gerados pelos encontros de nossas consciências com a realidade - os afetos, ou potências de ação. É a incapacidade que traz essa diminuição da potência de ação. “Quando a mente imagina sua impotência, por isso mesmo ela entristece” (2011, p. 134). Essa frustração já é parte da experiência cotidiana humana na Era da Informação, como explica novamente Wurman

Quase todo mundo apresenta algum grau de ansiedade de

informação. Lemos sem compreender, vemos sem perceber, ouvimos sem escutar. Ela pode ser vivida como momentos de frustração diante de um manual que se recusa a revelar o segredo de como operar um videocassete ou diante de um mapa que não tem nada a ver com a realidade. Pode ocorrer em um coquetel, quando alguém menciona um nome, aparentemente famoso, e a única pessoa que você conhece com esse nome é o seu dentista. Pode manifestar-se também como um mal-estar crônico, um medo generalizado de estarmos prestes a sermos esmagados pelo próprio material que necessitamos dominar para agir neste mundo (WURMAN, 1991, p. 38)

O aspecto importante levantado por Toffler e Gardner é a necessidade neurológica que temos de nos adaptar ou atribuir sentido às novidades e estímulos que recebemos. O desconhecido, indica o primeiro, causa essa sensação de alarme em nosso cérebro, ligada à nossa psicologia evolutiva. Nossos ancestrais tinham na novidade um potencial risco e, esse estado de alerta diante do incompreendido rompe o nosso fluxo de experiência e hábito, como uma ameaça à vida. Isso se faz presente hoje em duas vertentes: a atenção e a ansiedade.

Davenport e Beck (2001) falam sobre a *Economia da Atenção*, onde esse recurso passa a ser disputado pelas empresas num contexto de excesso de conteúdos produzidos e compartilhados. A empresa com maior valor de mercado, no segundo trimestre de 2018, é uma empresa de tecnologia que fabrica celulares. Aparelhos nos quais um americano médio gasta 3 horas e 35 minutos (WURMSER, 2018) de seu dia. Outro estudo, global, revela que quase 50% dos usuários de *smartphones* passam mais de 5 horas diárias conectados ao dispositivo. A quinta maior empresa no mesmo período, o Facebook, detém dois dos aplicativos que, somados, consomem 69 minutos do tempo diário dos usuários no mesmo país (E-MARKETER, 2017). Note-se que os dados se referem apenas a cidadãos acima dos 18 anos.

O mercado, hoje, disputa não somente pelos recursos financeiros de seus públicos, mas por tanto mais quanto puderem: sua criatividade, seus conteúdos, seus dados e, logicamente, seu tempo. Estar inserido nesse contexto, não ser um *fracassado*, significa acompanhar esse ritmo. Assim como *data-driven* e *eficiente* se tornaram valores humanos exigidos globalmente, surge também a demanda do indivíduo multitarefas: o indivíduo que realiza inúmeras funções ao mesmo tempo, em diversos processamentos contínuos de informação, estímulos e dados. Ou, melhor dizendo, em consumo contínuo desses fragmentos.

Não só esse é um processo desgastante e insustentável, como é também

perigoso ao colocar nossa mente diretamente numa sensação de alerta quanto ao ambiente. Fazemos isso, hoje, em busca de pertencimento, atualização contínua, pelo medo de perder algo¹⁶. Mas o que essa *habilidade* aciona em nossos cérebros primitivos é a sensação de que estamos diante de um perigo. Isso porque, “a multitarefa está amplamente disseminada entre os animais em estado selvagem. Trata-se de uma técnica de atenção, indispensável para sobreviver na vida selvagem” (HAN, 2015, p. 31-32).

Para Darwin, o medo e ansiedade são respostas adaptativas (como retomou Toffler) ao ambiente, tendo, pois, papel essencial na nossa evolução. O ser humano, explica o biólogo em sua teoria das emoções humanas

[...] ao longo de inúmeras gerações, lutou para escapar de seus inimigos ou dos perigos, fugindo ou lutando violentamente; e esses esforços imensos faziam o coração bater mais rápido, a respiração acelerar-se, o peito arquear e as narinas se dilatarem. Como esses esforços, muitas vezes, foram prolongados ao máximo, o resultado teria sido uma prostração completa, palidez, transpiração, tremor nos músculos ou seu completo relaxamento. E, agora, toda vez que a emoção do medo é fortemente sentida, mesmo que não leve a nenhum esforço, os mesmos efeitos tendem a reaparecer pela força da hereditariedade e da associação (2000, p. 288).

Medo e ansiedade estão relacionados, mas não significam a mesma coisa. Para Freud, admirador de Darwin e com quem sua obra dialoga, “enquanto o medo (*Furcht*, em alemão) tem um objeto concreto [...] esse objeto não está presente na ansiedade” (STOSSEL, 2014, p. 58). Mais tarde, o pai da psicanálise viria a fazer uma substituição dessa definição, distinguindo um termo do outro como “ansiedade normal” e “ansiedade neurótica”. Esta última é o medo sem causa direta, infundado, contraproducente.

É o que explica, novamente, o pesquisador Scott Stossel, citando Kierkegaard, que definia a ansiedade “como uma inquietude vaga e inelutável, sem uma causa direta óbvia” (STOSSEL, 2014, p. 45). Esse caráter da ansiedade carrega uma importante conexão entre o que Wurman definiu como *ansiedade de informação* e o que Bauman chama de *medo líquido*, bem como as relações evolutivas levantadas por Gardner. Para Spinoza, “o medo é uma tristeza instável,

¹⁶ FOMO ou *Fear of Missing Out* é uma expressão cunhada pelo pesquisador de Harvard Patrick J. McGinnis que ganhou destaque nos últimos anos. O FOMO representa o medo de não acompanhar as novidades, de não saber o que está acontecendo, a dificuldade de desconectar do fluxo contínuo de dados e informações ainda que esvaziados e de selecionar em um ambiente de múltiplas ofertas (ANDERSON, 2011).

surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, de cuja realização temos alguma dúvida" (2011, p. 144). É, portanto, profundamente ligado às ideias de precariedade e também a uma certa disposição de temporalidade. A principal marca do conhecimento no século XX, diz-nos Bauman, é "a noção dos limites de nosso conhecimento. A incerteza é onde nos movemos, não só na ação, mas também no conhecimento. A condição humana, assim, é marcada por duas grandes incertezas: a incerteza cognitiva e a incerteza histórica" (2013, p. 15-16).

Das fogueiras às redes globais, a comunhão se mantém essencial para a colaboração global e desenvolvimento humano e a evolução da humanidade. A "comunicação é o compartilhamento de significado por meio da troca de informação" diz Castells (2015, p. 101). "Para enfrentar esse massacre [da sobrecarga de informações], é imperativo saber distinguir entre dados e informação de verdade. Informação é aquilo que leva à compreensão", complementamos em Wurman (2005, p.19). Contudo, frente à multiplicidade de ideias e sua rápida capacidade de modificação, fortalecidas pelo termo "desconstrução", é cada vez mais evidente o esvaziamento das grandes narrativas que outrora nos guiavam e agora são testadas a cada passo.

Em contrapartida, o conteúdo das narrativas passa a ter novas relações com sua forma. Tecnologia e relações sociais, infraestrutura e superestrutura, mantêm a mesma simbiose que mantinham não só há 100 mil anos, mas desde o primeiro episódio da nossa aventura neste planeta. Em um ambiente digital global, cujos modelos de negócios são baseados em publicidade, dados e metadados, os algoritmos afetam não somente a arquitetura da informação, mas seus propósitos e efeitos.

Esse novo contexto, de alta tecnologia, inovações incrementais e disruptivas (mas sempre contínuas), de fluidez das relações sociais e narrativas causa um medo difuso, derivado¹⁷, uma ansiedade generalizada, um entristecimento¹⁸ causado pela incerteza. O medo, reação primitiva (de seres biológicos que ainda somos) é dirigido

¹⁷ Em *Medo Líquido*, Bauman revisita o conceito de Hughes Lagrange para explicar a presença difusa do medo em nossa sociedade. "O 'medo derivado' é uma estrutura mental estável que pode ser mais bem descrita como o sentimento de ser *suscetível* ao perigo; uma sensação de insegurança" (BAUMAN, 2008a, p. 9).

¹⁸ Em sua *Ética*, o filósofo holandês Baruch de Spinoza define o medo como "uma tristeza instável, surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, de cuja realização temos alguma dúvida" (SPINOZA, 2011, p. 144).

a um objeto concreto. Sigmund Freud propunha que a diferença entre medo e ansiedade reside justamente na presença (ou ausência) de um objeto. Ao medo difuso, à sensação de sermos continuamente vulneráveis aos riscos, ainda que desconhecidos, também podemos chamar de ansiedade.

Em entrevista à revista literária *The Atlantic*, o professor de sociologia da Chapman University e autor da pesquisa *Survey of American Fears*, Christopher Bader, diz que “As pessoas tendem a expressar maiores níveis de medo em relação a coisas sobre as quais elas não têm nenhum controle e essa é a definição quase perfeita de tecnologia” (ROMM, 2015). A edição de 2015 do estudo mostrava que os norte-americanos tinham mais medo de robôs do que da própria morte. Em uma sociedade na qual as tecnologias estão em tudo (temos, literalmente, a internet das coisas), a vida sem esse tipo de mediação é inviável e isso faz crescer a ansiedade. “As pessoas estão crescentemente dependentes, mas elas não entendem como essas coisas realmente funcionam”, complementa.

Essa ansiedade não é novidade de nossos tempos, nem um legado edificado solitariamente pela tecnologia. Pelo contrário, em diferentes momentos da humanidade, os pesquisadores consideravam seu contexto aterrorizante, intimidador. Entretanto, o momento atual nos traz um aumento (da certeza) das incertezas. Como na *Ilha do Conhecimento*, proposta pelo cientista brasileiro Marcelo Gleiser (2015): o conhecimento (sobretudo o técnico-científico, mas principalmente o conhecimento humano em geral) pode ser representado por uma ilha, abraçada pelo Oceano do Desconhecido; quanto mais cresce nossa ilha de saberes e potências, mais cresce a extensão de seu contato com o desconhecido. Um mundo com um repositório de conhecimento cada vez maior sobre o qual criar novos conhecimentos revela mais claramente a imensidão do desconhecido, que cresce em espaço e no tempo - causando o que Wurman (1992) chama de ansiedade de informação, gerada pela consciência crescente do não-saber.

A incerteza (ou as incertezas) aparecem nesta pesquisa bibliográfica recorrentemente, ora como característica do nosso contexto atual, ora como fator relacionado à ansiedade. Em um ambiente com tantos estímulos, Sennett diz que sentimos falta de orientação – não a dos dados, mas a dos laços sociais. Nossa capacidade de leitura do cenário é prejudicada com tantas peças novas, de diferentes quebra-cabeças. “Hoje em dia, se você não estiver confuso, é porque simplesmente não está pensando com clareza”, parafraseia Wurman (2005, p.56).

O ambiente altamente tecnológico é um ambiente primitivo para nós: de estímulos que despertam ansiedade, de atenção múltipla, de baixa compreensão do universo. Ao longo dos últimos milênios, a humanidade viu crescer seu domínio e compreensão sobre a natureza e suas possibilidades. Os caçadores coletores que começaram a praticar a agricultura certamente não perceberam os efeitos dela na humanidade (HARARI, 2014), algo que levaria longos períodos de tempo. Durante um confortável período de tempo, a humanidade viu sua evolução e sua capacidade acelerarem, de modo que fôssemos protagonistas, espectadores e contadores dessa história. Agora, entramos novamente em uma faixa de velocidade que não nos permite a compreensão. A primeira por ser muito longa. Esta por ser muito curta.

É este o contexto que exige, hoje, novas posturas do comunicador (seja o pesquisador, o profissional ou, idealmente, ambos em colaboração) e novas propostas de narrativas integradoras. A Comunicação é, em primeira instância, uma atividade de constante compreensão de cenários - compreensão para ação, ainda que isso aconteça em intervalos cada vez mais imperceptíveis de tempo.

Com a velocidade da informação atual, já não existe mais contexto imutável ou de lenta mutação. Não existe, sequer, um contexto no singular. São, na realidade, recortes superpostos que formam mosaicos e que se recombina, alterando estes mosaicos. Vida em fragmentos (BAUMAN, 2013).

A Comunicação é a grande impulsionadora da força dialética que faz emergir sínteses dos conflitos existentes e é dessa forma que ela atua hoje em dia. A respeito das constantes mudanças, Luiz Alberto de Farias pontua de forma contundente, já em 2004, que para estar à altura dos desafios que emergem com esses novos cenários é preciso

[...] que seja dada a necessária atenção à cultura e que entre em cena não apenas a figura do gestor, mas do agente de transformação, capaz de administrar a visão maniqueísta de que a mudança deve necessariamente trazer perigo ou tão somente oportunidade (FARIAS, 2004, p. 52).

De 2004 para cá essas mudanças se alteraram, ganharam intensidade, novas dimensões e veículos. Mas uma das chaves para esse novo contexto é dada por Farias: é preciso evitar o maniqueísmo e pensar de forma mais multidimensional os acontecimentos, para identificar o perigo na oportunidade, a oportunidade no perigo e as nuances entre eles.

2.3 Entramos no futuro de costas

“O futuro é a estação de chegada de uma viagem que transcorre com imperceptível rapidez no passado. A ideia de um futuro que possibilitasse a emancipação, tornou-se em fuga do futuro, em necessidade de resgatar-se do futuro”

Mauro Maldonato (ANO, PÁGINA)

O tempo é um conceito de definição fugidia. Uma noção primitiva, como propunha Descartes, não podendo ser decomposta em conceitos mais simples. Ou, como expôs Santo Agostinho (1964, XI, 14, 17) “Se ninguém me pergunta, eu o sei; mas se me perguntam, e quero explicar, não sei mais nada”. Na mitologia grega (FERRY, 2009), tempo e espaço nascem juntos, quando Chronos liberta sua mãe Gaia da possessão de Uranus. No campo da física, é uma das grandezas fundamentais, das quais derivam muitas outras e da qual múltiplos conceitos dependem. Nas Ciências Humanas, é da consciência da finitude de nosso tempo que nasce a filosofia. Suas abordagens são complexas e estão em contínuo movimento na história do pensamento humano, pendulando entre conceitos objetivos numéricos como em Aristóteles e Newton e ideias subjetivas ou relativas de tempo, como em Einstein e Agostinho.

O alemão Martin Heidegger traz em *Ser e Tempo* (1988) uma reflexão que, de certa forma, propõe articular essas diferentes visões do tempo para conciliar o ente (*Dasein*) e o tempo. A provocação do filósofo é deixar de pensar o tempo na presença do ser, mas pensar o ser a partir do tempo, de sua temporalidade e possibilidades. Nessa concepção o por-vir (devir) é o tempo em si, no qual o *Dasein* (cuja tradução do alemão significa algo como *ser-aí*), se apresenta e projeta.

Outra abordagem que se faz interessante a este estudo é a do diplomata Henri Bergson (2009), que aborda o tempo enquanto uma infinidade de fluxos em continuidade, uma ideia que depende da nossa consciência de temporalidade que, por sua vez, depende da memória. Sem a memória para criar uma *sobrevivência do passado no presente*, não poderíamos ter duração, continuidade, apenas instantaneidade. Sem a memória, sem as narrativas da experiência, sem a ideia de narrativa no tempo e espaço, de que nos fala Marialva Barbosa, vivemos de fragmentos de instantaneidade, como diz Bauman. Vivemos como o memorioso

Funes, de Jorge Luis Borges que, na ausência de significação, tem seus episódios mais como registros que como, de fato, memórias.

É justamente desse caráter de temporalidade que a sobrecarga informacional e a aceleração tecnológica nos alienam; diz o professor Erick Felinto: “os discursos da inovação tecnológica, especialmente no âmbito das tecnologias digitais, partem frequentemente de uma tábula rasa do tempo. Nada existia antes do novo e nada existirá depois, senão ele mesmo” (2011, p. 44).

Assim, se a aceleração tecnológica reduziu nosso vetor de tempo narrativo do longo prazo ao médio e, então, ao imediatismo, esse mesmo vetor de direcionamento não cessou em tal ponto no seu encurtamento

Aceleração da história. Para além da metáfora, é preciso ter a noção do que a expressão significa: uma oscilação cada vez mais rápida de um passado definitivamente morto, a percepção global de qualquer coisa como desaparecida, uma ruptura de equilíbrio. (NORA, 1993, p. 7).

Tal aceleração, portanto, sobrecarregou o nosso presente e tornou mais nebuloso e assustador o outrora promissor futuro. Para Gianetti, passado e futuro “são abstrações: construções mentais que povoam a memória e a expectativa humanas. O presente é a fronteira móvel entre eles – o intervalo que separa *o que foi* e *o que será* no fluxo de nossas experiências” (2005, p.139). E justamente esse intervalo que se sobrecarrega cada vez mais com o fluxo crescente de informações. A sobrecarga cognitiva pelo excesso de informação nos sequestra o tempo da significação, da produção de sentidos. Para o escritor italiano Umberto Eco (2013), “a imensa quantidade de coisas que circula é pior que a falta de informação. O excesso de informação provoca a amnésia. Informação demais faz mal. Quando não lembramos o que aprendemos, ficamos parecidos com animais. Conhecer é cortar, é selecionar”. Tal seleção é parte do nosso processo de significação.

A importância dessa seleção também é trabalhada por Han em *A sociedade da transparência*, na qual expande o conceito de positividade para a transparência que tudo revela e que já não seleciona, afetando inclusive o tempo que, baseado na aceitação das possibilidades todas que se apresentam e na impossibilidade de exclusões ou eliminações, de escolhas, perde suas nuances e dimensões, tornando-se imediatismo. “O tempo se torna transparente quando é aplainado na sequência de um presente disponível. Assim, também o futuro é positivado em um presente otimizado. O tempo transparente é um tempo sem destino e sem evento” (2017a, p.

10).

Se a projeção no futuro e a permanência no presente se tornam insustentáveis e incompreensíveis, o ponto de fuga do sujeito contemporâneo passa a se estabelecer no passado. “Isso não quer dizer que não podemos ou devemos pensar o passado e o futuro. Se o tempo é uma ‘ficção’, a ausência de pensamento sobre ele – passado, presente e futuro – é grande problema do nosso tempo” (NOVAES, 2013, p.39).

Em uma de suas últimas obras, publicadas postumamente, Bauman (2017b, p. 46) apresenta o conceito de *retrotopia*, “a negação da negação da utopia”, que “fiel ao espírito utópico, a retrotopia deve sua força à esperança de reconciliar, finalmente, a segurança com a liberdade: um feito que nem o ideal original nem sua primeira negação buscavam alcançar - nem, em caso de terem tentado, conseguiram” (2017b, p. 47, tradução livre da autora). Não se trata, vale salientar, de um retorno a modos de vida do passado - o que seria impossível -, mas uma tentativa de iterar, de repetir o *status quo* anterior, real ou imaginado, “que já foi reciclado e modificado significativamente em qualquer caso, através de um processo de memorização seletiva entrelaçada com outro de esquecimento seletivo” (2017b, p. 47, tradução livre da autora).

O que Bauman indica é uma ascensão do passado como território das expectativas, mas não em um sentido de retorno histórico e sim de um retorno memorial, do passado transmitido pela experiência, pelas emoções já vividas por alguém (nossos antepassados ou nós mesmos) e, portanto, não um encargo para o futuro. A mesma vida em fragmentos que elimina o sacrifício presente em função do ganho futuro - condição, vale notar, para o conceito de *Inteligência Emocional* proposto pelo psicólogo Daniel Goleman na década de 1980 -, agora recoloca nossas expectativas no passado, onde as incertezas, desafios e ameaças já foram superadas e significadas com êxito.

A *retrotopia*, essencialmente e ao modelo da própria modernidade líquida, é resultado de uma sociedade em contínua individualização por e para o consumo. Da utopia às tribos e delas ao seio materno, as instituições perdem poder e força ao passo que a pilha de incertezas aumenta. O medo moderno de não contribuir foi substituído pelo medo contemporâneo de não dar conta, como propõe Byung-Chul Han. “À medida em que os velhos temores foram caindo em esquecimento e os novos adquiriram maior magnitude e intensidade”, analisa Bauman (2017b, p. 10), “a

ascensão e queda, a progressão e a regressão, eles trocaram suas respectivas posições”. Tal movimento

impulsionou os pêndulos do modo de pensar e a mentalidade popular na direção oposta à anterior: de depositar as esperanças gerais de melhoria em um futuro incerto e manifestamente não confiável, eles foram depositados em um passado de vaga lembrança, valorizado por sua suposta estabilidade e (portanto) também por sua presumida confiabilidade (BAUMAN, 2017b, p.10, tradução livre da autora).

Um giro de 180º que, para o sociólogo, transformou o futuro que

deixou de ser o hábitat natural das esperanças e das mais legítimas expectativas para se converter em um cenário de pesadelos: o terror de perder o trabalho e o status social a ele associado, o terror de que confiscem nosso lar e o resto de nossos bens e pertences, o terror de assistir impotentemente enquanto nossos filhos caem irremediavelmente pela espiral descendente da perda de bem-estar e prestígio, e o terror de ver as habilidades que tanto nos custaram aprender e a memorizar despojadas do pouco valor de mercado que lhes pudera restar. O caminho para o futuro mantém para nós uma assombrosa semelhança com um caminho de corrupção e degeneração. Não poderia o caminho de volta ao passado ser usado para transformá-lo em uma rota para limpar todos os danos cometidos pelos futuros que estavam presentes em algum momento? (BAUMAN, 2017b, p. 10, tradução livre da autora).

Em outro texto postumamente publicado, Bauman (2017a, p. 34), reforça esse comparativo ao contrapor nossa visão à de nossos antepassados, no que diz respeito ao futuro “Enquanto os nossos antepassados recentes ainda acreditavam que o futuro era o mais seguro e promissor depósito das suas esperanças, nós tendemos a projetar nele, essencialmente, os nossos múltiplos medos, ansiedades e preocupações”. De volta à *retrotopia*, isso demonstra e justifica o intercâmbio da função política da memória entre passado e futuro

O futuro é um território de liberdade (tudo ainda pode acontecer nele), ao contrário do passado, que é o território de uma inevitabilidade imutável e imutável (tudo o que poderia ter acontecido, já aconteceu). O futuro é, pelo menos em princípio, moldável, mas o passado é sólido, maciço e inapelável. Mas, na prática da política da memória, o futuro e o passado trocaram suas respectivas atitudes ou, pelo menos, passaram a ser tratados como se as tivessem trocado. (BAUMAN, 2017b, p. 104, tradução livre da autora).

Se, conceitualmente, o passado é fixo e imutável, vale diferenciar que o é enquanto dados históricos e não, necessariamente, como memória. Muito embora os acontecimentos não mudem, as experiências e significações quanto a eles são variáveis. Na mesma entrevista mencionada anteriormente, Bauman reconhece que

a memória muda de acordo com o momento em que a evocamos, pois “cada memória é seletiva [...] há uma abundância de espaços em branco que você tem que preencher para dar sentido aos eventos, e você os preenche pela imaginação” (BAUMAN, 2014, p.12). Ou, como explica Marialva Carlos Barbosa

Do presente, do nosso agora sempre transitório, olhamos o passado e projetamos o futuro. Mas o passado só existe como representação mental a partir do olhar individual daquele que o descortina nos tempos idos. Portanto, o passado não é fixo: é materializado pelas recordações e sempre transformado pela interpretação que fazemos acerca de passado. Assim, como o passado não é fixo, também o presente não é apenas um instante pontual. O presente indica o que vivemos, mas também as rememorações que o passado proporciona. Essas rememorações existem sempre no presente, construindo-se pelo entrelaçamento do mesmo (as vividas no presente) e do outro (as que fazem o passado presente). Do mesmo e do outro, também, por que sendo a vida um ato de historicidade, vivemos sempre em relação: existe um mundo habitado por seres que vivem igualmente a mesma humanidade (2009, p. 16- 17).

A realidade é entendida como o compartilhamento de significações em experiências vividas ao longo do tempo e espaço; um acordo de atos narrativos, que experimentamos de diversas formas. Mas, no contexto atual, “os modos de vida flutuam em direções diferentes e não necessariamente coordenadas; entram em contato e se separam, aproximam-se e se distanciam” (BAUMAN, 2013, p. 39), abdicando de tais acordos em favor de uma flutuação na suspensão.

Se a ansiedade não é novidade no nosso contexto, mas um dos aspectos postos na característica aceleração e intensificação positiva da nossa contemporaneidade, assim também o é esse temor ou desengajamento com o futuro. Em 2013, o filósofo Adauto Novaes apontava em seu ensaio *Mundos possíveis*, que “na realidade, já não sabemos pensar no futuro com confiança”, baseando-se em Paul Valéry (1871 – 1945). “O presente é o panteão de nossas angústias de ontem. Isso quer dizer que nossos temores de hoje são quiméricos? Não mais do que os de ontem”, compara Fancis Wolff (2013, p. 43). Isso porque quanto menos tempo temos para significar experiências em um contexto de choques contínuos, mais nosso apetite e aptidão ao futuro minguam.

2.4 Vidas fragmentadas, narrativas desintegradas

“O provável é aquilo que, em determinado lugar e momento, projeta um observador inteligente, dispondo das melhores informações sobre o passado e o presente, para o futuro. O provável, portanto, é que caminhamos para o abismo. E, no entanto, sempre houve o elemento improvável na história humana”
Edgar Morin (ANO, PÁGINA)

Compreendidas as mudanças da modernidade industrial, para a pós-modernidade e ao contexto da atual *retrotopia*, podemos propor um debate acerca da relação entre tempos e narrativas, entre história e comunicação. Tais relações são propostas por Marialva Barbosa, considerando “as correlações que podemos estabelecer entre história, como narrativa, e comunicação, como processo que envolve igualmente e sempre a ação humana” (BARBOSA, 2009, p. 13). Uma correlação ainda mais profunda e potente às duas áreas, pois

[...]engendra muito mais do que isso. Falar em comunicação e história é se referir a dois pressupostos fundamentais que, a meu ver, norteiam tanto o ato comunicacional como o ato histórico: narrativa e tempo. [...] Significa ir em busca da nossa humanidade pelo ato narrativo” (ibidem).

Essas relações tratam “de buscar as práticas humanas do passado ou do presente que se materializam sempre em atos comunicacionais” (BARBOSA, 2009, p. 13). O ato narrativo é um ato de construção de tramas sociais. Vimos que a narrativa foi o ponto de partida para a nossa integração humana, garantindo a sobrevivência e evolução da nossa espécie. Ainda numa perspectiva histórica, o ato narrativo é também compreendido como uma “virtude criadora”, uma forma de abstração – a primeira grande subversão fundadora da humanidade, segundo propõe o escritor francês Georges Bataille (2016) - fundadora da comunicação de nossos espíritos ou, mais essencialmente, de nossa humanidade (Não trata apenas de contar a realidade, mas tentar compreendê-la expandindo suas características). Um duplo proposto como na ideia de Clément Rosset (2008). Uma função tão atual quanto ancestral, como explica a pesquisadora e docente da Universidade de Harvard, Janet H. Murray

[...] representar, jogar e contar histórias estão intimamente ligados. Tal como a linguagem, são componentes ancestrais e definidores de

nossa humanidade. São também recursos para as tarefas culturais que enfrentamos atualmente, especialmente para a de viver numa comunidade global que traga compreensão e respeito mútuo através de nossas múltiplas fronteiras culturais. (2003, p.11)

O ato narrativo é apresentado como um ato de estabelecer-se no mundo. Nossa condição de sujeito e, antes, de seres históricos, se dá pelos atos narrativos que nos inscrevem e nos dão a consciência humana. A socióloga húngara, discípula de Lukács, Agnes Heller (1993, p. 14) afirma que “Somos historicidade; somos tempo e espaço”. O que Barbosa exemplifica

Quando dizemos *éramos* ou *seremos* nos constituímos no tempo. Temos a consciência de que possuímos uma história anterior ao agora e que também estamos envelopados em uma história que começou muito antes da nossa existência, mas que pela força da tradição continua nos afetando. Essa história de outros (do passado) é também a nossa história: a história de uma humanidade que existe na duração. Somos tempo. Quando sabemos que não-ser significa não estar aqui, estamos colocando em relação o fato de que somos espaço. Ou seja, só nos constituímos como sujeitos na história no espaço, estando aqui, no presente, tendo estado aqui, no passado, e estando já no futuro. Da mesma forma que sempre somos, mesmo quando não estávamos aqui, já que outros homens narraram suas sagas e fizeram a existência humana existir, igualmente outras sagas serão contadas desse passado, no futuro, fazendo com que, mesmo não estando, continuaremos a ser no espaço. (2009, p. 17)

Se a narrativa funda a nossa espécie e emancipa o indivíduo, ela é ato de manifestação de humanidade. Os estudos acerca da narrativa são encontrados desde Aristóteles, em uma crescente intensidade. Para o sociólogo francês Roland Barthes, a narrativa é parte de todas as relações. Em *A aventura semiológica*, encontramos uma definição de narrativa que articula sua importância na história da humanidade, como indicado anteriormente em Harari

[...] a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há, nunca houve em lugar nenhum povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm as suas narrativas, muitas vezes essas narrativas são apreciadas em comum por homens de culturas diferentes, até mesmo opostas: a narrativa zomba da boa e da má literatura: internacional, trans-histórica, transcultural, a narrativa está sempre presente, como a vida (BARTHES, 2013, p. 103-104.)

O crítico literário Gérard Genette, compreende a narrativa como uma relação estruturada entre seus elementos: acontecimentos, sequência histórica, sequência temporal, narrador e público, em uma abordagem estruturalista. Para Genette

[...] toda narrativa comporta, com efeito, embora intimamente

misturados e em proporções muito variáveis, de um lado representações de ações e de acontecimentos, que constituem a narração propriamente dita, e de outro lado representações de objetos e personagens, que são o fato daquilo que se denomina hoje a descrição (GENETTE, 1976, p. 262).

O psicólogo norte-americano Jerome Bruner, em seu livro *A cultura da educação* (2001), aborda a narrativa como “um modo de pensamento e como um veículo de produção de significado” (p.44), entendendo a narrativa como instituidora dos sentidos e significados do real e como fio condutor da nossa existência e relações no mundo

[...] como um modo de pensamento e uma expressão da visão de mundo de uma cultura. É por meio de nossas próprias narrativas que construímos principalmente uma versão de nós mesmos no mundo, e é por meio de sua narrativa que uma cultura fornece modelos de identidade e agência de membros. A apreciação da narrativa não vem de uma única disciplina, mas de uma confluência de muitas: literatura, socioantropologia, linguística, história, psicologia, até mesmo informática. (BRUNER, 2001, p. 11).

A narrativa funciona sob a pressão da experiência, validada continuamente em uma comunidade de interpretantes, ampliando a estética, a gama de mundos possíveis, baseando novas formas de interação ética. A esse respeito e, passível de associação com a definição de Bruner, temos em Charles Sanders Peirce que

[...] quando nos propomos a dar conta de qualquer linha de pensamento, como tenho feito em poucos exemplos, quando dizemos que tais e tais ideias nos ocorreram, não é de toda verdade que, depois, entraram em consciência. Tudo o que é verdade é que, naqueles momentos em elas ficaram conectados com a ideia de um ato voluntário de pensamento e, conseqüentemente, tornou-se subjectivamente vívida o suficiente para encontrar um lugar na nossa narrativa.

Temos, novamente em Barbosa, que a narrativa não é um gênero de contação de histórias que destaca o narrador, mas, uma forma de configurar a existência vivida nos atos cotidianos.

Produzimos narrativas da maneira como nos colocamos no mundo. Produzimos narrativas ao viver cotidianamente e ao produzir sempre reinterpretções. A vida nada mais é do que ato narrativo. A questão narrativa, portanto, não se resume a uma problemática linguística. Narrar é uma forma de estar no mundo, visualizá-lo, produzir interpretações, lançar no mundo outros textos decorrentes do ato narrativo, que por sua vez se transformaram em novas interpretações e em outros atos narrativos. (2009, p. 19, grifos nossos).

A narrativa é entendida, pois, como um processo de significação compartilhada em interações que são, também, significantes e significadas nas interações. E tal processo se dá também em suas dimensões próprias.

As sociólogas Margaret Somers e Gloria D. Gibson (1993) nos trazem em sua obra *Reclaiming the Epistemological Other: Narrative and the constitution of identity* a ideia de quatro dimensões da narrativa. As *narrativas ontológicas* são aquelas que os indivíduos criam para significar e agir em suas vidas. Não são nem fixadas nem *a priori*, mas fazem da identidade e do *self* algo em que alguém se transforma. “Como todas as narrativas, as narrativas ontológicas são estruturadas pelo seu enredamento, sua condição relacional, conectividade e apropriação seletiva” (1993, p. 30). Em seguida, as *narrativas públicas*, que são ligadas aos papéis sociais em relação a instituições. Seria como a performance pública da narrativa ontológica alimentada por uma rede de sentidos de uma ou múltiplas redes. “As narrativas públicas vão desde as narrativas da família, às do local de trabalho (mitos organizacionais), igreja, governo e nacionalização com um enredo” (1993, p. 31). As *narrativas conceituais*, por sua vez, compõem a dimensão da reflexão acerca das narrativas para atribuir sentido, de modo mais amplo, as demais narrativas. “Estes são os conceitos e explicações que construímos enquanto pesquisadores sociais” (p. 32). Por fim, as *metanarrativas* se referem às narrativas maiores, os paradigmas “nos quais estamos incorporados como atores contemporâneos na história e como cientistas sociais” (ibidem). Ou, como explicado por Nassar, “a narrativa institucional que busca um relato central, agregador de grande conhecimento, referencial e definitivo sobre determinado tema” (2014, p. 165).

Figura 3 – As dimensões da Narrativa para Somers & Gibson

Fonte: Autora, com base em Somers e Gibson (1993).

Na figura anterior, organizamos visualmente a proposta de Somers e Gibson de como as narrativas se relacionam concentricamente. À época, as pesquisadoras indicavam de antemão o paradoxo das metanarrativas: uma vez que são construídas sobre as conceitos e esquemas explicativos, são baseadas em abstrações, sofrendo uma forma de *desnarrativização*, de esfacelamento.

O que vimos nos capítulos anteriores revela esse mesmo esfacelamento passando a alimentar as demais dimensões da narrativa. Da identidade (dimensão ontológica) aos paradigmas (metanarrativa), somos uma sociedade em rápida fragmentação que nos desafia a encontrar novas formas de relação e de narrativas. Como diz Toffler

Uma sociedade que se fragmenta rapidamente ao nível de valores e estilos de vida desafia todos os velhos mecanismos integrativos e clama por uma base totalmente nova de reconstituição. Ainda não encontramos essa base. No entanto, se devemos enfrentar problemas preocupantes de integração social, enfrentaremos problemas ainda mais agonizantes de integração individual. Pois a multiplicação dos estilos de vida desafia nossa capacidade de manter o próprio eu íntegro. (1990, p. 321 e 322, tradução livre da autora).

Essa fragmentação é causa e consequência da sobrecarga informacional. O excesso de informação nos coloca em uma esteira acelerada, em uma velocidade supersônica e nos faz consumir cada vez mais informações como condição do nosso

tempo, fazendo com quem não tenhamos tempo para significação, memória, seleção e os processos necessários à nossa mente. Isso causa um cenário de fragmentação. Ao passo que, fragmentado esse cenário, mais difícil é o trânsito por esses fragmentos que, embora incessantes, não nos trazem mais a continuidade, como propunha Bergson, mas o imediatismo. Imediatismo no qual mais fragmentos estão disponíveis com cada vez menos critérios para sua seleção. A multiplicação que desafia a integridade. Do ser e do todo.

2.5 Narrativa: semiose contínua

“Ostra que dá pérola é uma ostra que sofre. É preciso que tenha um grão de areia dentro dela que a incomode. E ela faz a pérola para quê? Para não doer mais, para não ser cortada. Isso serve para todo mundo”

Rubem Alves (2008)

Vimos alguns conceitos que apresentam narrativa enquanto articulação de indivíduos na construção e compartilhamento de significações em uma comunidade, viabilizando a ação e construção de mundos possíveis e seus desdobramentos no tempo. Como em Harari, que afirma que a narrativa confere aos homens “a capacidade sem precedentes de cooperar flexivelmente em grande número” (HARARI, 2014, p. 38). Conceitos que permitem analisar a narrativa – além dos vieses históricos, comunicacionais e psicológicos – sob uma perspectiva da semiótica.

Compreenderemos a semiose e a semiótica à luz dos estudos do cientista polímata (NÖTH, 2013), Charles Sanders Peirce. O americano, apontado por Santaella (2005) como o “Leonardo das Ciências Modernas”, filho de um dos mais importantes matemáticos de Harvard, Benjamin Peirce, cresceu em um ambiente de diversos estímulos, inspirando seus estudos em química, física, geodesia, biologia, astronomia, meteorologia, entre outras.

Curioso e rigoroso, criou uma sólida jornada científica que embasou a sua semiótica, essencialmente uma lógica: da realidade, da produção de sentido, da construção de representações da realidade. “A pura teoria dos signos em geral” (nd | Miscellaneous Fragments [R] | MS [R] S104:23), a “ciência das representações”

ou, ainda, “a doutrina da natureza essencial e das variedades fundamentais da possível semiose” (1907 | Pragmatism | EP 2:413). Entendendo semiose como “uma ação, ou influência, que é, ou envolve, a cooperação de três sujeitos, como um **signo**, seu objeto e seu interpretante, esta influência tri-relativa não sendo de forma alguma resolvida em ações entre pares” (1907 | Pragmatism | EP 2:411). Assim compreendida, semiose é o processo de ação do signo, entendido como qualquer coisa que representa qualquer outra coisa para um conjunto de interpretantes possíveis.

A semiose é um processo dinâmico que envolve o acaso, o continuísmo e a autocorreção constante. A interação e a comunidade são essenciais na semiose. Não existe verdade individual, a realidade é aquilo que seria o objeto da representação final do conjunto de todas as representações daqueles que compartilham um significado. Sendo, pois, uma construção social. É assim que construímos saber quanto ao que - esperamos - venha um dia a se aproximar da realidade. Isso requer flexibilidade; compartilhamento de sentidos (sem isso não temos avanço) e dinamismo (semiose variando de acordo com as relações e contextos). A semiótica é ferramenta conceitual, quem a domina pode usá-la por níveis de aprofundamento ou abstração, conduzindo processos de compartilhamento de sentido: a Comunicação, o *common ground* (1902 | Logic | DPP2, 25; CP 3.621).

Os estudos de Peirce foram produzidos ao longo de quatro décadas de pesquisas, revisitando continuamente suas produções anteriores, correspondendo-se com outros autores e avançando na interdisciplinaridade. Embora nunca tenha produzido um livro ou tratado sobre semiótica, seus manuscritos e estudos somam milhares de páginas. Um *misfit*, um desajustado natural, Peirce mobilizou seu conhecimento múltiplo e diverso para a construção de sua semiótica e de seu pragmatismo, avançando a partir de influências como a lógica de John Locke e a filosofia transcendental de Immanuel Kant e de diversos outros conhecimentos. Não à toa, suas propostas complexas e avançadas não foram facilmente assimiladas em sua época – seu tom crítico até mesmo com amigos como William James, também não contribuía nesse sentido.

Contudo, a crise de paradigmas e a pós-modernidade, mudaram gradativamente a projeção da semiótica peirceana, a partir da segunda metade do século XX

Enquanto a semiologia diádica e o estruturalismo perdiam força diante dos desafios pós-modernos, marcados pelo surgimento de conceitos como complexidade, emergência de propriedades sistêmicas, cibernética, inteligência artificial e ciências da cognição, a semiótica de Peirce e suas ideias metafísicas passaram a receber a atenção de pesquisadores vindos de vários campos. Filósofos, artistas, biólogos, psicólogos, teóricos da informação, antropólogos, lógicos, físicos e cientistas da comunicação estão hoje entre os estudiosos que exploram suas potencialidades. Atualmente, a semiótica triádica peirceana é a base de estudo interdisciplinar que tem ajudado a produzir, nas últimas décadas, uma nova visão de mundo, mais integrada e coerente do que qualquer outra teoria jamais foi capaz de produzir (ROMANINI, 2005).

Sua semiótica enveredou por três ramos, descritos pelo professor e pesquisador Vinicius Romanini (2005): a gramática especulativa, a lógica crítica e a retórica universal - esta última principal foco neste estudo.

A esse trabalho de desvendar tipologias de signos e classificá-las Peirce deu o nome de **gramática especulativa**, que deveria ser o primeiro ramo da semiótica. O segundo grande ramo da semiótica é a **lógica crítica**, considerada como a ciência da verdade das representações, ou seja, o estudo da possibilidade de um signo representar seu objeto verdadeiramente. Por fim, Peirce concebeu a **retórica universal** (ou metodêutica) como o terceiro ramo da semiótica, definindo-a como o estudo dos efeitos do signo sobre seus intérpretes – ou, dito de outra maneira, o estudo de como a forma é transmitida do objeto ao interpretante, tendo o signo como veículo. É sob o ponto de vista da retórica que a semiose é vista como comunicação orientada para um propósito, ou causa final. (ROMANINI, s.d.).

Por sua vez, a retórica universal (relação entre signos e seus interpretantes) subdivide essa relação em três: interpretante imediato, dinâmicos em finais, similares, conforme indica Liszka (1996), aos conceitos de *sense*, *meaning* e *significance* de Lady Welby, amiga e correspondente de Peirce. São as conexões entre essas condições de relações que permitem compreender os processos de estabelecimento da crença ou conhecimento e seu papel no comportamento para a população geral (1996, p. 81).

Peirce desenvolve uma abordagem semiótica para o conceito de informação, que ajuda a compreender a crescente complexidade do mundo e do ambiente, ao enxergar informação como “processo pelo qual algumas poucas coisas apresentando algumas propriedades simples evoluem para muitas coisas que apresentam muitas de propriedades complexas (CP 2.419)”. O conceito de informação, elemento presente em todas as relações na natureza, componente ontológico da realidade, é central para a interpretação de comunicação para o

pragmático, como vemos em Romanini

A informação semiótica é importante na teoria geral dos signos de Peirce porque conecta os processos de percepção aos de significação. De fato, uma das proposições que sustentam o método pragmatista peirceano é justamente a de que toda informação de que possuímos deve entrar pelas portas da percepção, apresentar-se nas vestes de uma ideia ou hábito mental compartilhado numa comunidade e sair pelas portas da ação propositada capaz de produzir efeitos na realidade (2005).

Relacionando os aspectos da semiose ao contexto pós-moderno para reforçar sua pertinência ao contexto atual, Romanini (2005) propõe que a pertinência contemporânea da semiótica se revela da seguinte forma:

- A semiose cria ao mesmo tempo em que se realiza em sistemas dinâmicos, abertos e sujeitos a flutuações.
- A entropia desgasta continuamente o signo.
- O acaso, porém, oferece mudanças espontâneas que injetam nova vida no signo, permitindo seu crescimento.
- A semiose é um processo irreversível e direcionado teleologicamente para o futuro.
- A semiose é regida por leis evolutivas e com graus variados de liberdade, que permitem o surgimento do autocontrole sem, no entanto, eliminar a criatividade. (ROMANINI, 2005)

No artigo *A contribuição de Peirce para a Teoria da Comunicação*,¹⁹ o pesquisador explica que

a comunicação produz o real. Isso porque nossa capacidade de descobrir conjuntamente as leis da natureza se deve à nossa faculdade de sintonizar as formas que permeiam a realidade e representá-la em signos comunicáveis, principalmente símbolos, compartilhando informação. (ROMANINI, s.d.).

Precisamos, pois, identificar e compreender os sistemas *sígnicos*, pois somente com a compreensão da linguagens e caracteres inscritos no ambiente podemos compreender este. E compreender esses processos sígnicos implica também em compreender as categorias da consciência propostas por Peirce (CP 3.422 e CP 1.25), a saber:

Primeiridade – a categoria qualitativa, o fenômeno em seu estado puro, a espontaneidade. É o modo de ser que consiste em algo ser tal independentemente de qualquer outra coisa; é também, o modo da possibilidade, apenas” (COELHO

¹⁹ ROMANINI, Vinicius. **A contribuição de Peirce para a Teoria da Comunicação**. s.d. Disponível em < <http://disciplinas.stoa.usp.br/mod/resource/view.php?id=165278>>. Acessado em 14 jul. 2016.

NETTO, 2007, p.105)

Segundidade – o choque, a causa e o efeito, a dependência;

Terceiridade – a mediação, significação do acontecimento. É “o modo de ser que consiste no fato de que futuros fatos da Secundidade assumirão determinada natureza geral. É o nível da lei, do pensamento - isto é, da abstração” (idem).

Essas categorias relacionam-se da seguinte maneira

Em primeiro lugar vem a “primeiridade”, ou as características internas positivas do sujeito em si mesmo; em segundo lugar vem a “segundidade”, ou as ações brutas de um sujeito ou substância em outro, independentemente da lei ou de qualquer terceiro sujeito; Em terceiro lugar vem a “terceiridade”, ou a influência mental ou quasi-mental de um tópico em outro relativamente a um terceiro (1907 | Pragmatism | CP 5.469)

Ou, nas palavras de Teixeira Coelho: “Um terceiro é o que é em virtude de atribuir uma qualidade a reações situadas no futuro, enquanto um segundo está no nível do *foi* e um primeiro, no nível do *é agora*” (ibidem). Essa categorização nos permite entender a importância do processo de mediação (terceiridade). Para Santaella (2003, p. 11) “a mais simples ideia de terceiridade é aquela de um signo ou representação”.

Também nos interessa enquanto representação do tempo. A *primeiridade*, esta um estado ideal apenas, é o agora inalcançável. A segundidade é momento de consciência do presente e, portanto, daquilo que passou. Por fim, a terceiridade, significação do que se capta como o que foi.

Entendendo a segundidade como o choque, a interrupção do estado qualitativo bruto, o trauma, o confronto com a realidade, podemos compreender a terceiridade como o processo de mediação que, ao atribuir significação ao choque, ao trauma, à dúvida, permite elaborá-lo e integrá-lo ao todo da realidade, seguindo assim para a continuidade do fluxo existencial. Karl-Otto Apel (2000) cita Kempfski, propondo a terceiridade como sinônimo de representação e base da lógica de Peirce, estabelecendo “uma espécie de sucedâneo para o ‘ponto mais alto’ de Kant”.

Do romance do jornalista francês Grégoire de Bouillier, um exemplo ilustra de forma precisa a segundidade

Não compreendi bem como a conversa foi parar na descrição do aparelho de discriminação de Lashley, e eu não sabia do que se tratava e ela explicou que pegavam ratos e os condicionavam para se alimentarem numa tina verde ao passo que recebiam um choque

elétrico se comessem na tina vermelha, e os ratos ficavam neuróticos e até aí tudo bem e eu estava de acordo; mas depois tiravam a tina verde e os ratos ficavam apenas com a tina vermelha para se alimentar sabendo que ao se aproximar dela levariam um choque e imagine o conflito, ela me disse com os olhos brilhantes; eu podia imaginar muito bem e os ratos finalmente enlouqueciam: punham-se a girar no próprio eixo durante horas ou tornavam-se violentos e agressivos sem razão aparente ou se batiam contra o vidro até se machucar e ao cabo de alguns dias a maioria acabava não se mexendo mais e permanecia imóvel e prostrada e obnubilada e era possível então fazê-los adotar qualquer pose, mesmo as mais extravagantes e as mais desconfortáveis, sem que esboçassem a menor reação, e esvaziei num trago o resto da minha taça de champanhe e disse a ela que na minha opinião já fazia algum tempo que tinham tirado a tina verde de muitos de nós e talvez até de todos, bastava olhar ao redor as poses inverossímeis e obnubiladas em toda parte e o tempo todo, e por acaso o noticiário na TV não ilustrava isso toda noite na maneira inverossímil e obnubilada como apresentava o que acontecia no mundo de maneira inverossímil e obnubilada?” (2009, p. 65-66).

O vertiginoso relato ficcional de Bouillier mostra como, em um primeiro momento, existe a capacidade de significação, gerando o condicionamento. Mas, com a perda dos padrões referenciais de suporte e continuidade dos estímulos (ainda que com fins de reforço negativo), a capacidade de significação e, portanto, de ação, se perde. A resposta da personagem principal à interlocutora, de que há um tempo já não temos mais a tina verde, revela a onipresença dos estímulos, que nos moldam, mas pouco oferecem à nossa capacidade de aprendizado e compreensão do ambiente que nos cerca. O cenário que Bouillier propõe em muito se parece com o que Toffler previa de uma desorientação em massa, um “choque do futuro em grande escala. Essa é a perspectiva que o homem agora enfrenta. A mudança é avalanche em nossas cabeças e a maioria das pessoas está grotescamente despreparada para lidar com isso” (TOFFLER, 1990, p.12).

Na semiótica *peirceana* ou na psicanálise junguiana (como em muitas outras vertentes), o choque mal elaborado leva a uma repetição. Para este último, um complexo. Em Peirce, a interrupção do fluxo de continuidade. Se, como vimos, a aceleração tecnológica e a sobrecarga informacional nos levam a um contexto de fragmentação, ou seja, de interrupção dos fluxos narrativos nos quais vínhamos evoluindo, a fragmentação acontece por uma sequência de pressões, de um *choque do futuro* ou *segundidades*.

Diversos pesquisadores têm se debruçado sobre a questão do direcionamento cognitivo ao passado, análoga à retrotopia. É o caso do pesquisador

Constantine Sedikides, que se dedica ao estudo da nostalgia. À reportagem do *The Guardian*, Sedikides explica o crescimento desse tipo de resposta emocional às segundidades

A nostalgia compensa estados desconfortáveis, por exemplo, pessoas com sentimentos de falta de significado ou uma descontinuidade entre o passado e o presente. O que encontramos nesses casos é que a nostalgia corre espontaneamente e neutraliza essas coisas. Ele eleva o significado, conectividade e continuidade no passado. É como uma vitamina e um antídoto para esses estados. Serve para promover o equilíbrio emocional, a homeostase (ADAMS, 2014, tradução livre da autora)

Hepper et al (2012) descrevem a nostalgia como uma complexa emoção que envolve a orientação cognitiva ao passado, sendo um mecanismo comumente relacionado à sensação de perdas ou de dificuldade

A nostalgia confere benefícios psicológicos, defendem os pesquisadores do tema. Ao se envolver em reflexões nostálgicas, as pessoas relatam um sentimento mais forte de pertencimento, afiliação ou sociabilidade; elas transmitem maior continuidade entre o passado e o presente; elas descrevem suas vidas como mais significativas; e elas geralmente indicam níveis mais altos de autoestima e humor positivo. Embora o envolvimento nostálgico (especialmente quando realizado habitualmente e em excesso) possa não ser benéfico para todos, é em geral um recurso no qual as pessoas podem utilizar para aproveitar a força - um recurso que lhes permite lidar de maneira mais eficaz com as vicissitudes da vida. (HEPPER et al., 2012, p.102, tradução livre da autora)

Outra pesquisa recente (ROUTLEDGE et al., 2014) demonstra que a nostalgia é uma fonte potente de significado na vida de indivíduos que enfrentam preocupações existenciais. É uma resposta ideal a contextos de incerteza e risco. A nostalgia coletiva, em paralelo, refere-se ao anseio pelo modo como a sociedade costumava ser, unindo a fragmentação e sobrecarga do indivíduo e o multicomunitarismo. Wing-Yee Sheug et al (2017) testaram em Hong Kong se a nostalgia coletiva poderia estar associada à ação coletiva que favorece o grupo e se essa associação é mediada pela raiva dirigida por grupos externos e pelo desprezo dirigido por grupos externos.

O que tais pesquisas revelam é que a nostalgia atua como importante resposta emocional a períodos de crise, de dificuldade de significação, de risco, de incerteza. A nostalgia atua como um mecanismo que drena do passado terceiridades para os choques que não pode processar no presente. E seu mecanismo se dá nas

dimensões mais internas da narrativa, como no contexto mais amplo dessas relações.

A *retrotopia* de Bauman poder ser entendida como o equivalente sociológico da convergência tecnológica de Schmidhuber, vista acima. Na ideia deste, o espaço entre os ciclos evolutivos está diminuindo exponencialmente; no conceito de *modernidade líquida* nossa moral deixa de ser orientada ao futuro e ao longo prazo, para um imediatismo. Se, no primeiro caso, isso poderia convergir para um momento em que a diferença entre um ciclo e outro fosse negativa, no segundo, esse encurtamento do vetor de tempo passa as nossas expectativas ao passado e à memória, à crônica que fazemos dele. Em ambos os casos, a questão da aceleração pode e deve ser também relacionada à significação coletiva das experiências, seja em Schmidhuber nas memórias, ou em Bauman, no diálogo.

Tal possibilidade de diálogo e construção conjunta da memória é ao mesmo tempo a mais promissora alternativa à nossa realidade e seu maior desafio. A esse respeito, Mauro Wilton nos alerta sobre os espaços que deveriam trazer a possibilidade de diálogo e, contudo, transformam-se em palcos de tensão

Por outro lado, é difícil identificar essa possibilidade nos dias atuais marcados pela pluralidade, diversidade e distâncias da vida social. Não teríamos, na verdade um espaço público único de argumentação coletiva, mas vários. A argumentação não aconteceria igualmente sob a forma do discurso presencial, mas através de diferentes meios de comunicação social, espaços públicos mediáticos. Seriam espaços públicos parciais, como o das escolas, de igrejas e de empresas. Seria um espaço público fragmentado, no qual os meios de comunicação seriam menos de argumentação e mais de circulação de informações, que disponibilizam algo que acaba se tornando o comum da vida coletiva. Assim, parciais, mediados pelas tecnologias da comunicação, mais de informação do que de argumentação seriam espaços de tensão e de conflito” (SOUZA, 2004, p. 94).

Enquanto focamos nossos esforços em um consumo imediato e contínuo, de caráter assaz individualizado, menor se torna a nossa capacidade de significar contextos mais amplos de modo assertivo. “Quanto mais tempo gastarmos com relatos de eventos isolados, menos tempo teremos para compreender o ‘por quê’ e o ‘para quê’, observar os padrões e as relações entre eles ou para compreender o presente em seu contexto histórico” (WURMAN, 2005, p. 19). Quanto mais individualizadas e, dentro dessa individualização, mais fragmentadas, nossas experiências, mais difícil nossa orientação coletiva para o futuro e sua interpretação a partir do presente. Quanto mais segundidades mal elaboradas carregarmos, mais

o peso da falta de significação nos segurar no passado.

2.6 A fragmentação do contemporâneo é uma fragmentação de narrativas

“Não se trata principalmente de atar o fio rompido da tradição ou de inventar um sucedâneo ultramoderno destinado a preencher o intervalo entre o passado e o futuro. Ao longo desses exercícios, o problema da verdade é deixado em suspenso; preocupa-se apenas em saber como mover-se nesse intervalo – a única região talvez na qual a verdade poderia aparecer um dia”

Hannah Arendt (2009, p. 42)

Os conceitos de individualização, consumo, aceleração e sobrecarga informacional ganharam larga atenção até aqui. Provavelmente, têm presença ainda maior nos cotidianos do leitor. Esses excessos e saturações marcam nosso tempo e, com isso, prendem-nos a ele.

O dilema dos porcos-espinhos é uma metáfora proposta pelo filósofo alemão Arthur Schopenhauer, que estabelece mais ou menos a cena a seguir: em um inverno rigoroso, um grupo de porcos-espinhos passeia pelo ambiente. Afim de evitar um congelamento, os animais se aproximam uns dos outros. Contudo, ao atingirem proximidade suficiente para que se aqueçam, começam a espetar uns aos outros. Para fazer cessar a dor, afastam-se, perdendo, assim, o calor. E nesse pêndulo entre calor e frio, entre a proximidade que machuca e o frio que congela, os porcos-espinhos seguem continuamente (LUEPNITZ, 2006). Essa imagem pendular é base da sociologia de Bauman tendo, em seus extremos e opostos, a segurança versus a liberdade, "o conflito entre a necessidade de dar as mãos, em função do anseio de segurança, e a necessidade de ceder, em função do anseio de liberdade" (2013, p. 24). Quanto mais segurança, menos liberdade. Quanto mais liberdade, menos segurança.

Schopenhauer viveu entre os séculos XVIII e XIX, muito antes das sociedades globalizadas e individualizadas de hoje, muito antes das chamadas *Vidas para o Consumo* (BAUMAN, 2008b), nas quais o consumo pode sempre suprir nossas necessidades imediatas, evitando que tenhamos que lidar com os espinhos, ou desenvolver habilidades sociais.

Para o sociólogo, vivemos uma sociedade de consumidores na qual todas as mercadorias funcionam como remédios para as dores que sentimos em nossos

cotidianos. Isso, a médio e longo prazo, faz com que não tenhamos mais que desenvolver habilidades pessoas para lidar com as dificuldades e os riscos, uma vez que o consumo resolveria todas essas questões e o crédito nos permite esse consumo imediato

[...] o impacto mais criminoso da cultura consumista é que cada loja, independentemente do que está em suas prateleiras, do que anuncia e dos objetos que vende, todas essas lojas são farmácias. Elas vendem medicamentos para problemas da vida. E todos os tipos de problemas da vida, todos os caminhos para a felicidade, todos eles passam pelas lojas. O que, naturalmente, leva à desqualificação social dos indivíduos contemporâneos. As pessoas costumavam ter habilidades para lutarem contra os problemas da vida real por conta própria. Bem ou malsucedidas no risco de combater seus problemas, havia um risco e as pessoas desenvolviam as habilidades para enfrentá-lo. Agora, essas habilidades foram substituídas por compras. (BAUMAN, 2014).

Esse consumo facilitado nos usurpa o valor do amanhã, o preço dos juros. Com ele, hipotecamos o futuro²⁰, incabível na vida a crédito fragmentada na qual o presente não precisa mais ser sacrificado em nome do amanhã. Do ponto de vista econômico de Gianetti, “agir no presente tendo em vista o futuro envolve antecipar consequências (antevisão), delinear um caminho (estratégia) e atuar consistentemente (implementação)” (2005, p.173). Mas, cada uma dessas etapas se torna obsoleta na planificação do presente pelo consumo e individualização positivistas acelerados. As habilidades sociais oriundas de tais esforços atrofiam, se existentes, ou jamais desabrocham, se ainda sementes.

Em um mundo pós-capitalista, somos todos consumidores e, em termos pós-modernos de globalização, somos todos audiências. No longínquo século XX, Dominique Wolton (1996) fazia uma crítica à televisão pressionada nos âmbitos econômicos, de consumo e tecnológico, de modo a alavancar a segmentação da televisão privada – essa, menos focada na coesão social e mais direcionada ao indivíduo e suas potencialidades de consumo. Imaginemos que estejamos a criar um canal universitário e, pressionados pelo aspecto *econômico*, precisemos vender espaços de anúncios. Tais anúncios, dependem de uma larga base de audiência, o

²⁰ Em entrevista à Globo News em 2012, Bauman diz que o sistema de estímulos contínuos e angústias geradas pela velocidade do mundo líquido causam ansiedades que buscamos resolver no consumo. O enfraquecimento dos laços e a postergação das soluções reais em nome do prazer imediato, teriam deixado uma geração frustrada cujo futuro foi hipotecado. Disponível em <<http://g1.globo.com/globo-news/milenio/platb/2012/01/12/zygmunt-bauman-e-a-crise-do-sistema-que-hipotecou-o-futuro/>>. Acesso em 04 abr. 2018.

que faz com que precisemos entender nossa audiência como *consumidores*, de tal modo que passemos a produzir o conteúdo mais individualizado e segmentado possível, a fim de obter mais tempo da audiência, que tem outras ofertas *tecnológicas*.

Essa segmentação, faz com que haja uma especialização excessiva no que caracteriza o público. Não só a identidade do público é priorizada (em relação à coletividade), mas o próprio canal passa a ter uma identidade a qual corresponder.

A consultoria de pesquisas BOX 1824 realizou em 2013 um estudo sobre liberdade, o *Youth Mode*, no qual aponta as contradições do excesso de individualização em busca da juventude e da maior atualidade das tendências:

Você é tão especial que ninguém sabe do que você está falando. Um jantar onde cada convidado leva um prato, e as pessoas tem tantas restrições alimentares que cada um só pode comer o que levou. A festa que é tão exclusiva que ninguém aparece [...] A individualidade já foi uma promessa de liberdade pessoal—uma forma de viver a vida nos seus próprios termos. Entretanto, esses termos foram ficando tão específicos que acabamos nos isolando. (BOX 1824, 2013).

Vendemos nossa segurança em troca de uma liberdade, recebida na forma de simulacro. A comunicação e o marketing digital trazem o conceito de *clusters*, que seriam como uma segmentação do público-alvo a partir de dados (como *big data*) que permitem filtrar características e padrões de comportamento de forma tão profícua, que, bem, você possa reduzir seu diálogo a duas pessoas: a voz que fala e o receptor (ou um único indivíduo depois da sucessiva quantidade de filtros; ou, pelo mesmo motivos, alguns poucos, mas perfeitamente semelhantes entre si). “A perversão da informação é, portanto, a segmentação [...] O fato de as pessoas discutirem por informação é positivo. O problema é quando não conversam mais” (WOLTON, 2015, p. 13).

“Como não sentir medo? ”, questiona Edgard Morin (2006, p. 9). As oportunidades de sentir medo, diz-nos Bauman, “estão entre as poucas coisas que não se encontram em falta nesta nossa época, altamente carente em matéria de certeza, segurança e proteção” (2008a, p. 31). Em um mundo no qual não conseguimos mais selecionar informações na avalanche de dados, algoritmos nos dizem que música escutar. Quando nossos amores são cada vez mais líquidos, aplicativos organizam um sistema de descarte e transitoriedade com menor exposição. Enquanto agonizamos soterrados por dados e buscando por mais e mais

eficiência (que, como propunha Kelly, não é de nossa natureza), as máquinas aprendem consigo mesmas²¹. Enquanto nossas habilidades sociais atrofiam, redes cognitivas artificiais processam linguagem natural e emoções. Em um mundo em que robôs sonham²², nós já não parecemos capazes.

Nessa corrida incessante na qual dedicamos o humano às segmentações e delegamos os conflitos sociais às tecnologias, geramos fluxos de *incomunicação*, diz Wolton (2006). Vivemos um progresso tecnológico que avança em estradas pavimentadas por tijolos de contradições anteriores criadas por esse mesmo progresso (BAUMAN, 2008). Deixamos as aldeias globais para trás, contando que a tecnologia sanaria os problemas nelas acumulados, e fomos habitar os não-lugares (AUGÉ, 1994) da sociedade do cansaço, pautada por uma performance possível apenas para robôs.

Tudo o que não foi realizado na esfera humana, deixamos para a tecnologia. Mas, na Comunicação, o simples é a parte técnica. Os homens, suas culturas, religiões e filosofias é que são complicados. A Comunicação mirava uma aldeia global, mas atingiu uma torre de Babel²³. (WOLTON, 2015, p. 11).

Deixamos para as tecnologias informacionais o peso da comunicação, que é relação com o outro. O sociólogo francês Clément Rosset traz uma instigante imagem em *O real e seu duplo*: entre a tolerância do real (que é tão somente tolerável) e sua recusa, criamos um meio-caminho que não diz nem sim nem não à coisa percebida, recebe-a sem suas consequências. É como se a tivéssemos seguido pela estrada do duplo, pedindo que a tecnologia resolvesse o real. E, correndo quilômetros e mais quilômetros, não nos damos conta que o real é sombra do seu duplo.

²¹ *Machine Learning* ou Aprendizado de Máquinas é uma das camadas da Inteligência Artificial (IA), na qual as máquinas começam a aprender automaticamente com base em suas experiências, em patamares além daqueles para os quais foram programadas. Esse é o princípio por trás dos algoritmos de atualização do Facebook e do Google, mas também de plataformas como a ferramenta de navegação Waze, da plataforma de vídeos sob demanda Netflix ou do site de vendas Amazon. Uma camada mais profunda da IA é o *deep learning*, cujos algoritmos ainda mais refinados são capazes de analisar dados não-estruturados praticamente sem tratamento ou supervisão, decifrando linguagem natural e estabelecendo modelos preditivos.

²² Em 2015, a Google revelou um conjunto de imagens psicodélicas, resultado de processos de contínuos *feedbacks* de sua rede neural de reconhecimento de imagem e tendo como base os padrões que foram ensinados a buscar. Isso é um dos pontos centrais do *Machine Learning*. Disponível em <<https://www.theguardian.com/technology/2015/jun/18/google-image-recognition-neural-network-androids-dream-electric-sheep>>. Acesso em 15 abr. 2018.

²³ Explicar

Todo o contexto que temos abordado está fincado nos conceitos de individualização, consumo, aceleração e sobrecarga informacional. E tais conceitos são acelerados pelas próprias características que temos socialmente em termos de infra a superestrutura, sobretudo a aceleração.

Marialva Carlos Barbosa afirma que “todo texto produz sentido e induz à ação, produzindo invariavelmente uma mudança em quem a realiza” (BARBOSA, 2009, p. 21). Tal afirmação traz à lembrança os dizeres de Paulo Freire sobre o papel da educação (também ela, idealmente, uma forma de significação e mediação) na transformação do mundo: “Educação não transforma o mundo. Educação muda pessoas. Pessoas transformam o mundo” (1979, p. 84). O mesmo podemos dizer das narrativas. As novas narrativas, como propõem Nassar e Ribeiro, são narrativas que buscam os afetos positivos nos indivíduos. A mudança dos indivíduos é que constitui uma possibilidade de mudança do sujeito contemporâneo, das relações, e do paradigma.

3 NARRATIVA ATIVA: DA FRAGMENTAÇÃO À REINTEGRAÇÃO NO CONTEXTO CONTEMPORÂNEO

Se a modernidade industrial nos colocou em uma pista de corrida (MAFFESOLI, 2010), a aceleração tecnológica não nos deixa parar. Entretanto, mais importante que a corrida, é o sentido dado a ela. Na reconstrução dos sentidos enfraquecidos pela sobrecarga informacional, na recuperação de um ambiente no qual os significados tornam-se mais escassos ou, quando presentes, desconectados do real (BAUDRILLARD, 1981), as narrativas se destacam por seu potencial de criar valores e sentidos que as pessoas possam compartilhar e em torno dos quais possam se agregar.

Embora seu campo de estudo continue em construção – e em constante desconstrução e reconstrução -, no qual o conhecimento ainda avança trazendo nitidez e complexidade (SANTAELLA; NÖTH, 2004), a Comunicação é a grande impulsionadora da força dialética, que faz emergir sínteses dos conflitos existentes.

Se a comunicação é meta-sistema social e tecnológico (NASSAR, 2008), a contextualidade dos processos interativos no tempo e história precisa ser constantemente observada e acompanhada de forma interativa (SOUZA, 2008), exigindo uma ação constante e sinérgica baseada na compreensão e na articulação de sentidos. É preciso evitar o maniqueísmo e agir menos como gestor e mais como agente de transformação (FARIAS, 2008), para trabalhar de forma multidimensional os acontecimentos, identificando o perigo na oportunidade, a oportunidade no perigo e o as nuances entre eles.

O grande desafio contemporâneo é encontrar pensamentos e disposições éticos para lidar com as rupturas atuais (RIBEIRO, 2008). Daí a importância das narrativas como força capaz de criar compartilhamentos de sentidos de realidade, reconectando pessoas a partir de seus tesouros de valores simbólicos, com coragem e personalidade para harmonizar ambientes em fragmentação e conflito.

3.1 Apresentação do estudo de caso

O objetivo do presente trabalho é identificar novas tendências narrativas na sociedade, considerando as contribuições da sociologia e filosofia para a comunicação. Pretende-se, assim, fornecer conexões teóricas e bases de reflexão

que enriqueçam a bibliografia e a pesquisa no campo da comunicação. O campo desse trabalho, também ele objeto da aceleração que discutimos, requer constantes revisões e atualizações para que os profissionais que atuem na ciência e na prática dessa atividade estejam abastecidos das informações necessárias à compreensão dos comportamentos humanos. Se, por um lado, o objetivo deste projeto é mostrar o papel das dimensões narrativas na integração que nos redirecione ao futuro, o propósito dele é que os comunicadores leitores sejam expostos a conceitos que os auxiliem a lidar com esse contexto de incertezas e fragmentação, agindo não apenas apesar dos desafios, mas em resposta a eles.

Assim, do ponto de vista dos objetivos da pesquisa adota-se neste estudo uma perspectiva exploratória, pela qual se busca mais conhecimento sobre o fenômeno analisado para familiarização e melhor compreensão para diversificar problemáticas e suportar hipóteses para pesquisas futuras (SELLITZ, WRIGHTSMAN, COOK, 1975). Esse tipo de pesquisa, como propõe Francisco Leite tem grande valor para explorar fenômenos recentes e frequentemente e “serve de base a outros tipos de pesquisas, quando o tema possui bibliografia escassa” (2008, p. 54). Segundo os autores, esse tipo de pesquisa traz a flexibilidade necessária para estudar temas que ainda estão se apresentando e tomando forma na sociedade, como o caso deste estudo. Else Lemos explica que esse tipo de pesquisa desempenha um importante papel em nosso campo visto que “as ciências da comunicação são empíricas, baseadas nas experiências de observação dos fenômenos” (2016, p. 162). Por essas características, os objetivos da pesquisa exploratória contribuem na alimentação e atualização do campo, para a pesquisadora. “No estudo exploratório, a ênfase está no processo de coletar informações sobre algo, de forma a oferecer, por fim, ideias mais claras e consistentes quanto a um dado fenômeno, contexto ou tema” (LEMOS, 2016, p.161 e 162).

Para que possamos compreender os fenômenos apontados neste estudo em suas manifestações contemporâneas, a fim de compreender seu estado, opta-se por uma abordagem qualitativa a esta pesquisa. A pesquisa qualitativa cumpre o papel de analisar os fenômenos com consideração de contexto, explica Leite

Pesquisas que se apoiam em números correm o risco de se firmarem na exatidão fria da falta de contexto. Ao contrário, o método qualitativo que se baseia em objetivos classificatórios utiliza de maneira mais adequada os valores culturais e a capacidade de

reflexão do indivíduo. A investigação realizada sob este prisma não peca por desconsiderar as causas e inter-relações sutis que possam permear-se entre a análise e as conclusões, desconsiderações essas que podem distorcer verdades entre o meio e o fim” (LEITE, 2008, p. 100).

Para que se possa melhor compreender as tendências apontadas e seus impactos nos ambientes narrativos contemporâneos, indica-se neste estudo o trabalho com um estudo de caso. O estudo de caso é a estratégia escolhida “ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se pode manipular comportamentos relevantes”, define o cientista social norte-americano Robert Yin, (2001, p. 27). Aqui, novamente, este caminho emerge do próprio percurso exploratório do projeto e da sua proposta de lidar com um fenômeno social de larga escala com manifestações na realidade. Ao que encontramos suporte novamente em Yin

Como esforço de pesquisa, o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos [...]. Em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real (2001, p. 21)

O pesquisador explica que um estudo de caso “investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (2001, p. 31), caso deste estudo. Tal escolha de objeto, indica Lemos, privilegia a “investigação de um fenômeno dentro de determinado contexto, buscando-se compreender as intersecções entre fenômeno e contexto”.

No presente estudo, é escolhido um estudo de caso único (YIN, 2001), ou um recorte vertical (LEMOS, 2016). Sabe-se da dificuldade de generalização de estudo de caso, sobretudo quando não são comparativos, a esse respeito, Lemos recomenda que o caso escolhido tenha representatividade e relevância. O caso Facebook e Cambridge Analytica é provavelmente o caso mais relevante em curso sobre fragmentação e seus efeitos de desengajamento na metanarrativa, tão relevante quanto repleta de variáveis de interesse, como vemos novamente em Yin

A investigação de estudo de caso enfrenta uma situação tecnicamente única em que haverá muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados, e, como resultado, baseia-se em várias fontes de evidências, com os dados precisando convergir em um formato de triângulo, e, como outro resultado, beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a

coleta e a análise de dados (2001, p. 33-34).

Lemos explica que, “em geral, o estudo exploratório se constitui de pesquisa bibliográfica e de estudos de caso” (2016, p. 142). Segundo Maxwell Oliveira (2011, p. 21), os estudos de caso selecionados são um importante método para os estudos exploratórios. No percurso deste estudo são adotadas as técnicas de pesquisa bibliográfica e coleta de dados por pesquisa documental. O uso desse tipo de fonte de coleta frente ao objeto ora escolhido oferece as quatro principais vantagens apontadas por Antônio Carlos Gil, a saber: Possibilita o conhecimento do passado; Possibilita a investigação dos processos de mudança social e cultural; Permite a obtenção de dados com menor custo; e Favorece a obtenção de dados sem o constrangimento dos sujeitos. (GIL, 2008, p. 154)

Sua principal distinção em relação à pesquisa bibliográfica apenas é que utiliza de conteúdos que ainda não receberam um tratamento analítico. Essa etapa requer uma vasta pesquisa em dados que estão difusos sobre o objeto em questão. Para este projeto, em particular, que trata da desinformação e de seus efeitos fragmentários, essa escolha se mostrou tão desafiadora quanto recompensadora, à medida em que

a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa bibliográfica. Apenas há que se considerar que o primeiro passo consiste na exploração das fontes documentais, que são em grande número. Existem, de um lado, os documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações etc. De outro lado, existem os documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas etc. (GIL, 2008, p. 61).

A pesquisa documental, explica Maxwell Oliveira, é amplamente adotada em pesquisas puramente teóricas ou quando o delineamento principal é o estudo de caso (OLIVEIRA, 2011). Neste estudo, são adotadas como fontes: relatórios financeiros, listagens de valor de mercado em bolsas de ações, dados de acesso a plataformas digitais, estudos e análises sobre o ambiente digital e conteúdos de imprensa. Além de mostrar como fatos muito recentes se desdobram, a escolha de fontes de comunicação de massa pretende-se como resposta à fragmentação da grande mídia e uma parcela de responsabilidade que a Universidade deve ter em dialogar com a imprensa, utilizando-a como fonte, trabalhando com suas

problemáticas e movimentando um intercâmbio entre esses campos. A importância do jornalismo para a ciência deve ser continuamente fomentada no ambiente acadêmico. A respeito desse tipo de fonte, temos em Gil que

Os documentos de comunicação de massa, tais como jornais, revistas, fitas de cinema, programas de rádio e televisão, constituem importante fonte de dados para a pesquisa social. Possibilitam ao pesquisador conhecer os mais variados aspectos da sociedade atual e também lidar com o passado histórico. Neste último caso, com eficiência provavelmente maior que a obtida com a utilização de qualquer outra fonte de dado (2008, 151).

Por fim, para que se possa tratar das questões deste projeto de pesquisa no contexto do objeto escolhido, utiliza-se a Triangulação de Dados proposta por Yin também será utilizada como técnica de coleta e análise, posto que se retroalimentam. Augusto Triviños (1987) também conceitua a triangulação, mas aponta sua separação entre coleta e análise como um recurso didático, pois na prática de sua complexidade, acontecem em conjunto

Fica claramente estabelecido que, por ser a Coleta de Dados e a Análise dos Dados uma etapa no processo da pesquisa qualitativa, ou duas fases que se retroalimentam constantemente, só didaticamente podemos falar, em forma separada, deste tríplice enfoque no estudo de um fenômeno social. Isto quer dizer que qualquer ideia do sujeito, documento etc. É imediatamente descrita, explicada e compreendida, à medida que isso seja possível, na perspectiva da técnica da triangulação (TRIVIÑOS, 1987, p. 139).

Para que possamos aprofundar o estudo do caso nos aspectos relevantes a este estudo e sua contribuição ao campo da comunicação social, foram adotados três aspectos para sua análise por critério de conveniência a pesquisa, a saber: a **sobrecarga e fragmentação da comunicação**, a **construção de *terceiridades*** e as tentativas de **reintegração na metanarrativa** da comunicação.

3.2 Facebook e Cambridge Analytica: A comunicação meme

Um dos episódios da nossa experiência recente é o caso Facebook, sobretudo após o escândalo com a Cambridge Analytica. Esse caso é emblemático, uma vez que a curta história de vida do Facebook traz em si um crescimento exponencial e uma aceleração interna e externa de contradições com profundo impacto nas identidades (narrativas ontológicas), nas relações e papéis sociais

(narrativas públicas), produções intelectuais de ideias (narrativas conceituais) e do nosso paradigma (metanarrativa). A crise agiu como catalisador de segundidades, gerando choques em diferentes níveis, aumentando ansiedades e incertezas e afetando e sendo afetado por padrões retrotópicos.

A rede social foi criada em 2004 por Mark Zukcerberg, seu atual CEO, ao lado de Eduardo Saverin, Chris Hughes e Dustin Moskovitz. Inicialmente restrita à Universidade de Harvard, onde foi criada, em menos de um mês, o então thefacebook.com já tinha se expandido para as universidades de Stanford, Yale e Columbia. Em dezembro do mesmo ano, a rede já tinha mais de um milhão de usuários e exatamente um ano depois, esse número já era seis vezes maior. Em dezembro de 2006, eram 12 milhões. No ano seguinte, mais um salto de crescimento: 500%, atingindo 58 milhões de usuários. Em 2012, a rede já havia atingindo 1bilhão de usuários – o que já era o número de usuários ativos por dia em 2015. Em 2018, segundo o relatório de investidores, eram quase 2,23 bilhões de usuários mensais ativos.

Figura 4 – Crescimento do número de usuários do Facebook ao longo dos anos

Fonte: Da autora, com dados de Facebook Newsroom e Facebook Investors Relations. Disponível em: < <https://br.newsroom.fb.com/company-info/>>. Acesso em: 23 de junho de 2018.

Esses são os números da rede social Facebook, em si. A empresa, Facebook, Inc., é também detentora dos aplicativos de foto Instagram (adquirido pela empresa em 2012, com 1 bilhão de usuários em junho de 2018), do aplicativo

de mensagens instantâneas Whatsapp (adquirido pela empresa em 2014). Seu valor de mercado, ainda que oscilante em 2018, ultrapassa os US\$ 500 bilhões. E sua receita, US\$ 13 bilhões no segundo trimestre de 2018, é composta em 98,5% por anúncios.

Em uma era em que pessoas vivem cada vez mais e empresas vivem cada vez menos, o Facebook está presente hoje na vida de 1/3 da população mundial. E seus impactos são cada vez mais sentidos. A rede social nem mesmo completou 15 anos, mas seu caráter de atualizações contínuas fez que suas pequenas características, ou *features* de produto, fossem assimiladas em nosso dia a dia. Mídia por excelência, o Facebook é extensão dos homens contemporâneos. A esse respeito, os jornalistas Nicholas Thompson e Fred Vogelstein afirmam que

A energia furiosa desse big bang emanou, em grande parte, de um insight brilhante e simples. Humanos são animais sociais. Mas a internet é uma fossa. Isso assusta as pessoas de se identificarem e colocarem detalhes pessoais on-line. Resolva esse problema - faça as pessoas se sentirem seguras para postar - e elas compartilharão obsessivamente. Disponibilize o banco de dados resultante de informações pessoais compartilhadas e conexões pessoais aos anunciantes, e essa plataforma se tornará uma das mais importantes tecnologias de mídia do início do século XXI. (THOMPSON, VOGELSTEIN, 2018, tradução livre da autora).

Há 15 anos, as nossas conversas começavam com “oi” e acabavam com “tchau”. Hoje, as conversas são ininterruptas e é costumeiro acordarmos com mensagens individuais e em grupo de conversas das quais fazemos parte sem, de fato, participarmos. Relações familiares, de comércio, corporativas, acadêmicas, de pesquisa e muitas outras passam pela plataforma hoje. Quando da oferta pública de ações (IPO) da empresa em 2012, Zuckerberg publicou uma carta sobre a cultura da empresa, no qual declarava o objetivo de liderar essa revolução

No Facebook, somos inspirados por tecnologias que revolucionaram o modo como as pessoas espalham e consomem informações. Muitas vezes falamos sobre invenções como a imprensa e a televisão - simplesmente tornando a comunicação mais eficiente, elas levaram a uma transformação completa de muitas partes importantes da sociedade. Elas deram mais voz às pessoas. Elas encorajaram o progresso. Elas mudaram a maneira como a sociedade era organizada. Elas nos aproximaram [...] O Facebook pretende construir serviços que deem às pessoas o poder de compartilhar e ajudem-nas a transformar mais uma vez muitas de nossas principais instituições e setores. (ANEXO A).

O IPO²⁴ da empresa aconteceu um ano após a chamada Primavera Árabe, uma onda de manifestações populares em países como Egito, Tunísia, Líbia, Síria, Iêmem e Barein, que teve início em 2010 e atingiu seu ápice em 2011. A influência das redes sociais e, especialmente do Facebook, foram determinantes na disseminação dos movimentos, como aponta Heitor Gartner

[...] a utilização do Facebook e de aparelhos celulares constituiu um instrumento de auxílio ao processo revolucionário. Isto, por decorrência, assume um papel na propagação dos movimentos e, conseqüentemente, no alcance de seus objetivos, ao menos no caso egípcio. Na realidade, diversas manifestações tiveram início nas redes sociais e se estenderam às ruas. (GARTNER, 2013).

Um ano e meio após a carta em que fala sobre o impacto nas instituições, outro movimento similar, alimentado pela aceleração da mobilização social pelas redes digitais aconteceu no Brasil e ficou conhecido como as Jornadas de Junho de 2013, uma série de manifestações políticas que eclodiu após uma sequência de atos contra o aumento da passagem de ônibus na cidade de São Paulo. Tanto a Primavera Árabe quanto as Jornadas de Junho tiveram um importante papel em demonstrar a força de engajamento que grupos podiam conseguir pela internet. Seus efeitos, amplos e complexos, ainda se desdobram: na instabilidade do mundo árabe e na polarização brasileira.

Na arquitetura da plataforma, o *big data* tem papel central. O Facebook não produz conteúdo, ele hospeda conteúdo multimídia criado por usuários (pessoas físicas e jurídicas). Em uma espécie de *gamificação*, na busca por *likes* e aprovação social, pelo pertencimento a comunidades de positividade acelerada e orientada para o consumo, os usuários se aprimoram cada vez mais na criação de conteúdos em diferentes formatos: vídeos, fotos, textos, infográficos etc. E são os algoritmos da empresa que organizam essa informação. Precisamente da forma como Wolton (1996) nos alertava para os riscos: reforçando aquilo que interessa aos usuários e ocultando aquilo que os contradiz ou coloca em conflito. Por boa parte da história do Facebook, a função dos algoritmos era tornar a rede um espaço atrativo, quase um experimento de reforço positivo: quanto mais você gosta de algo, mais abundante esse assunto será no seu *feed* de notícias. O conteúdo produzido pelos usuários é a fonte de interesse no Facebook e é gratuito para a empresa. Os produtores de

²⁴ Sigla para *Initial Public Offer*, ou, Oferta Pública Inicial, momento no qual a empresa faz sua primeira oferta para negociação de ações, tornando-se, assim, uma empresa de capital aberto.

conteúdo que são remunerados, via de regra o são por anunciantes e patrocinadores externos.

Os fragmentos de vidas, os episódios curtos de conteúdo e experiência giram o ciclo de conteúdo da empresa. E esses fragmentos são completados com outros fragmentos ou com a imaginação. Nesta última década que experimentou o crescimento explosivo do Facebook, foi também experimentado o crescimento de número de transtornos de ansiedade com aparência, *bullying* e desempenho. O ambiente das mídias sociais como um todo é a convergência da vida em fragmentos de Bauman, da sociedade do cansaço de Han, do duplo e do simulacro de Rosset e Baudrillard. Como diz Han ao *El País*, “a pessoa explora a si mesma achando que está se realizando”. No relatório financeiro do segundo trimestre de 2018 (FACEBOOK, 2018), a receita por usuário da plataforma era de US\$ 25,91 nos EUA e Canadá, e média de US\$ 1,90 no grupo do qual o Brasil faz parte (sem dados detalhados para a região). A esse respeito, o jornalista e professor Eugênio Bucci sintetiza: “O ‘modelo de negócio’ dessa nova indústria do imaginário é genial e mortífero. Nas redes, o usuário é ao mesmo tempo a mão de obra (gratuita), a matéria-prima (gratuita) e a mercadoria (bilionária)” (BUCCI, 2017).

Essa receita é obtida através da venda de publicidade, que depende, logicamente do tamanho de bases. A grande sacada das mídias digitais foi justamente usar o *big data*, o grande apanhado de dados, para criar públicos-alvo cada vez mais segmentados. O que, no comparativo de Wolton a televisão já fazia, as mídias digitais levaram ao extremo. Cada vez mais dados permitem saber o poder de compra, hábitos de consumo, interação com determinados tipos de conteúdo, taxas de engajamento e conversão, taxas de retorno. O retorno sobre o investimento das mídias sociais se tornou rapidamente um simulacro poderosíssimo. Um duplo com detalhes que são mais reais que a realidade em si.

Com isso, o Facebook criou para seus usuários e engenheiros uma lógica de aprimoramento contínuo no alcance e na experiência individual. Enquanto no mundo o contexto já era de segmentação e fragmentação, no ambiente altamente tecnológico de desenvolvimento de produto do Facebook, essa lógica era ainda mais acelerada. A competição é condição *sine qua non* de sucesso da plataforma.

Em fevereiro de 2012, Christopher Meyer e Julia Kirby escreveram um artigo para a *Harvard Business Review* no qual trazem um exemplo muito valioso para o nosso contexto, falando sobre inovação e competição do que chamaram de

Runaway Capitalism. Os autores trabalham o conceito do “Efeito Pavão” retirado da biologia evolutiva, com um exemplo da cauda dos pavões.

Essa característica ornamental tornou-se cada vez mais extravagante ao longo dos séculos graças a um simples fato: as fêmeas mostram uma preferência por pavões de cauda grande. Nos primeiros dias da espécie, isso fazia sentido. Uma cauda vistosa era um marcador de um macho saudável que sabia se alimentar. [...]. Consequentemente, os machos bem-dotados tinham mais oportunidades de se reproduzir e transmitir essa característica. A próxima geração teve, em média, caudas maiores. Inicialmente, isso teria eliminado os fracos; mas depois de muitas gerações, criou um problema para os fortes. Essa cauda é cara (novamente, como uma Ferrari). Requer nutrientes para crescer e manter. E é pesada, deixando seu dono mais lento (OK, não muito como uma Ferrari) e tornando-o uma presa mais fácil. (MEYER; KIRBY, 2012, tradução livre da autora).

Essa segmentação sucessiva dos meios de comunicação, aponta Wolton (2015), é um risco para a nossa habilidade de relacionamento em sociedade, como também aponta Bauman (2014). A esse respeito, Wolton afirma que

É um equívoco acreditar que há mais liberdade quando a mensagem é segmentada. Na verdade, isso gera a separação da sociedade em guetos. Isso pode implicar que aceitemos compartilhar os mesmos espaços, mas não nos dá a possibilidade de compreender e gostar do outro. E o desafio de uma sociedade, bem como da informação e comunicação, é a capacidade de compreender o outro. (2015, p. 12-13).

Mas, em Janeiro de 2014 foi essa a aposta do Facebook. Dois anos depois da sua Oferta Pública de Ações no valor de US\$104 bi (a terceira maior IPO da história norte-americana), a rede resolveu lançar um ajuste em seus algoritmos, com a ambição de se tornar o principal espaço de debate sobre notícias e acontecimentos públicos (GOEL, 2014) e de, claro, competir com o Twitter. No serviço *Trending*, o usuário continuava a interagir livremente, mas os algoritmos passavam a aprender com as interações passadas e hábitos do usuário e seus amigos próximos para sugerir conteúdos, como uma forma de alimentar debates.

Tal mudança desencadeou uma série de críticas à plataforma, pelo reforço dos chamados vieses de confirmação, preconceitos, e comportamentos tóxicos que isso poderia causar e, sobretudo, a polarização que poderia vir como consequência disso. Mas, após 2014, o número de usuários e o tempo médio gasto na plataforma continuaram a crescer. Inicialmente, as tendências eram geradas por algoritmos, mas mediadas por uma equipe de 25 funcionários de uma empresa terceirizada, a *BCforward* (THOMPSON; VOGELSTEIN, 2018). Desse núcleo de funcionários, uma

série de vazamentos levou à equipe ao limite, causando demissões e, posteriormente uma reportagem de Michael Nuñez (2016) ao site de tecnologia *Gizmodo* intitulada *Former Facebook Workers: We Routinely Suppressed Conservative News*, dando a entender que a mediação humana operava de forma ideológica. Essa série de eventos seria o prenúncio de uma crise muito mais séria, envolvendo o Facebook, tendo um papel decisivo na distração da direção da empresa enquanto nódulos se formavam em sua operação, como nos contam os jornalistas Nicholas Thompson e Fred Vogelstein em uma reportagem sobre os dois anos que antecederam ao episódio ora estudado.

A segmentação da comunicação, como anunciava Wolton, criou guetos cada vez mais restritos e segmentados, os *clusters*. Nesse contexto, um grupo de jovens dos Balcãs²⁵ rapidamente entendeu como capitalizar essa nova forma de conteúdo, criando notícias apelativas que se multiplicavam rapidamente, gerando muitos acessos e, com isso, recursos publicitários. O conteúdo das notícias se tornou muito menos importante, em um comportamento de memes, na definição de Richard Dawkins (2007), criador do termo. Para o biólogo, o termo é um paralelo social do gene. Enquanto este se relaciona à menor unidade de informação biológica, o meme seria uma unidade de informação social. Em seu livro *O gene egoísta* (2007), Dawkins afirma que os genes operam de forma a se multiplicarem e passarem adiante suas informações. Para isso, o gene não opera necessariamente em função do indivíduo, mas da sua proteção para que possa ter condições de se transmitir adiante. Esse é o egoísmo proposto por Dawkins. Paralelamente, as informações sociais se comportam da mesma forma. Daí o caráter viral de um *meme*: ele não necessariamente precisa ser inteligente, informativo, divertido ou qualquer coisa que engaje e enriqueça o debate público. Ele precisa, certamente, ser viral, ser altamente transmissível. Foi isso que os jovens na Macedônia em crise entenderam: a comunicação do ambiente dos simulacros digitais é baseada em meme. E a receita publicitária acompanha esse movimento.

A proliferação de notícias falsas rapidamente alarmou a sociedade sobre a

²⁵ Em novembro de 2016, um mês antes das eleições presidenciais dos Estados Unidos, os jornalistas Craig Silverman e Lawrence Alexander revelaram uma rede de produção de notícias falsas em uma cidade no interior da Macedônia, alimentada por jovens que produziam conteúdos sensacionalistas e plágios de sites extremistas. Esses conteúdos geravam mais engajamento e receita publicitária, o que se tornou uma economia paralela na cidade de Veles (SILVERMAN; ALEXANDER, 2016).

crescente desinformação, ou *incomunicação*. Em 2016, *pós-verdade* foi escolhida palavra do ano pelo Dicionário Oxford²⁶, definida como "relativo a ou que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença pessoal" (G1, 2016). Em outras palavras, o contexto em que o viés de confirmação, profundamente relacionado à polarização como explica Dan Gardner

É o que os psicólogos chamam de viés de confirmação. Todos nós fazemos isso. Quando uma crença está em jogo, filtramos tudo o que vemos e ouvimos de uma maneira enviesada, que assegure que nossas crenças sejam “comprovadas”. Psicólogos também descobriram que as pessoas são vulneráveis a algo denominado polarização grupal – o que significa que, quando as pessoas compartilham crenças de que estão certas, se tornam mais radicais nos seus pontos de vista. Juntando viés de confirmação, grupos de polarização e cultura, começamos a entender por que as pessoas podem chegar a pontos de vista completamente diferentes sobre quais riscos são amedrontadores e quais deles não merecem atenção (2008, p.24).

Embora o Facebook não se posicione como um veículo de mídia – por questões, sobretudo, regulatórias que poderiam imputar à plataforma responsabilidade pelos conteúdos que publica –, em 2016 quase 50% da população norte americana dizia se informar pela plataforma. O relatório *Digital News Report* do Reuters Institute, indicava naquele ano que metade da amostra global de entrevistados (51%) utilizava as redes sociais como fonte de informação semanalmente. “Cerca de uma em cada dez pessoas (12%) diz que essa é sua principal fonte. O Facebook é, de longe a mais importante rede de notícias” (REUTERS INSTITUTE, 2016). Neste mesmo ano, em agosto, o Facebook cortou a equipe de mediação do serviço Trending, deixando a mediação sob responsabilidade dos engenheiros de dados de Seattle. E, ainda segundo Thompson e Vogelstein, o episódio com o módulo Trending levou a empresa a gastar energia e atenção mitigando efeitos políticos causados pela reportagem de Nuñez e deixou o Facebook alerta quanto a “fazer qualquer coisa que parecesse com abafar notícias conservadoras. Tinha queimado seus dedos uma vez e não queria fazer isso de novo” (2018, tradução livre da autora). Enquanto a disputa partidária se intensificava, a empresa só queria ficar de fora da briga.

²⁶ OXFORD. **Word of the Year 2016 is...** English Oxford Living Dictionaries, S.d. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em 20 maio 2018.

O descontentamento teve um de seus ápices com a eleição de Donald Trump para a presidência norte-americana. Apenas um dia após a eleição, a jornalista Selenia Larson escreveu para a CNN Tech

O algoritmo do Facebook sabe o que você gosta com base nos vídeos que você assiste, nas pessoas com quem fala e no conteúdo com o qual você interage. Em seguida, mostra mais do mesmo. Isso cria algo chamado ‘filtro-bolha. Você começa a ver apenas o conteúdo que você gosta e concorda, enquanto o Facebook (FB) esconde pontos de vista divergentes. Isso significa que o Facebook atua com viés de confirmação – ele reforça o que você já acha que é verdade – e as pessoas estão cada vez mais frustradas (LARSON, 2016, tradução livre da autora).

A eleição de Donald Trump – impulsionada pelo slogan retróptico “Make America great again” - ao cargo político mais influente do planeta criou uma onda de autorreflexão no Facebook e na sociedade. A empresa vinha sendo exposta a uma série de choques, de segundidades mal significadas, mas o grande momento de rever a rota, viria quando o impensado fosse anunciado em 08 de novembro de 2016. A eleição de Trump não era prevista pelos maiores veículos de imprensa; as pesquisas eleitorais não davam conta desse acontecimento. A pós-verdade, a economia *clickbait*²⁷ que favorecia as *fake news*, redes de influência russas, a capacidade do próprio candidato de agir como um meme, e outros fatores começaram a ser questionados.

Dois dias após as eleições, em entrevista ao CEO da plataforma de conteúdo *Technomy*, David Kirkpatrick, Zuckerberg seria questionado sobre o papel do Facebook em distorcer a forma como as pessoas percebiam a realidade (por causa das chamadas filtros-bolha) e em disseminar notícias falsas. A resposta de Zuckerberg foi “Pessoalmente, acho essa ideia de que notícias falsas [disseminadas] no Facebook, que constituem uma quantidade muito pequena do conteúdo, influenciaram a eleição de qualquer forma, acho que é uma ideia muito louca” (ZUCKERBERG, 2016a, tradução livre da autora). No dia 13 seguinte, o CEO reforçaria esse posicionamento com uma nota em seu perfil pessoal dizendo que menos de 1% do conteúdo disseminado na rede era *fake news* (ZUCKERBERG, 2016b, tradução livre da autora). A declaração foi mal recebida pelos mercados e imprensa, sobretudo porque não trazia um estudo do impacto e disseminação desse

²⁷ Clickbait ou, *caça-clique*, é um termo usado para designar conteúdos na internet que visam a obtenção de tráfego para obter receitas com visualização de anúncios.

tipo de notícia. Em 20 de outubro daquele ano, o *Buzzfeed* publicaria uma análise de mais de mil publicações de seis páginas *hiperpartidárias*, três ligadas a movimentos de esquerda e três ligadas a movimentos direita. O estudo havia concluído que 38% do conteúdo de direita e 19% do conteúdo de esquerda eram parcial ou majoritariamente falsos. E, ainda, concluía que as páginas com menor acurácia eram as com maior engajamento social (curtidas, compartilhamentos e reações) do que os três veículos da grande mídia avaliados (SILVERMAN et al., 2016). Duas semanas mais tarde, Silverman publicaria mais um estudo, revelando agora a rede de notícias falsas na Macedônia.

O fundador da empresa começou o ano de 2017 com uma carta aos usuários, intitulada *Building Global Community* na qual questiona o papel do Facebook nas relações sociais, não apenas como uma plataforma. Ao contrário da carta escrita em 2012, quando do IPO, Zuckerberg começa a sair da zona das tecnologias, para falar das metanarrativas em si

Em nossa jornada para conectar o mundo, frequentemente discutimos os produtos que estamos criando e atualizamos nossos negócios. Hoje eu quero focar na questão mais importante de todas: estamos construindo o mundo que todos nós queremos? A História é a história de como aprendemos a nos unir em números cada vez maiores - de tribos a cidades e nações. Em cada etapa, construímos infra-estrutura social como comunidades, mídia e governos para nos capacitar a realizar coisas que não poderíamos fazer sozinhos. Hoje estamos perto de dar o nosso próximo passo. (ZUCKERBERG, 2017, tradução livre da autora).

Esse próximo passo, construir as comunidades globais a partir da Torre de Babel, é maior que qualquer instituição, diz Zuckerberg em sua mensagem. Contudo, o executivo puxa para a empresa a necessidade de se questionar três pontos:

- Como ajudamos a construir **comunidades solidárias** que fortaleçam as instituições tradicionais em um mundo onde o número de membros dessas instituições está diminuindo?
- Como ajudamos a construir uma **comunidade segura** que previna danos, ajude durante crises e reconstrua depois delas, em um mundo onde qualquer pessoa em todo o mundo pode nos afetar?
- Como ajudamos a construir uma **comunidade informada** que nos exponha a novas ideias e construa um entendimento comum em um mundo onde cada pessoa tem uma voz?
- Como ajudamos a construir uma **comunidade engajada** em um mundo onde a participação no voto às vezes inclui menos da metade de nossa população?

- Como ajudamos a construir uma **comunidade inclusiva** que reflita nossos valores coletivos e a humanidade comum dos níveis locais aos globais, abrangendo culturas, nações e regiões em um mundo com poucos exemplos de comunidades globais? (ZUCKERBERG, 2017, tradução livre da autora).

O documento expressa uma mudança no posicionamento do Facebook e sua preocupação em atuar conscientemente em outras dimensões narrativas não apenas discursivas. Esse documento (ANEXO B) mostra a preocupação com ritos comunicacionais e sua importância para as relações sociais. Em 2017, em meio a acusações e pedidos de esclarecimentos sobre *fake news* e estrutura de disseminação de notícias, outra bomba estouraria no colo do Facebook: a relação de empresas de mídia russas investindo em anúncios e propaganda para influenciar as eleições estadunidenses. A plataforma tinha funcionado como meio para uma interferência global nas eleições presidenciais e um movimento similar foi notado nas eleições francesas (BIRYUKOV, 2017). Em setembro, após uma investigação interna, o Facebook declarou que os investimentos russos em publicidade eram da ordem de US\$100 mil (SHANE; GOEL, 2017).

E o Facebook foi a escrutínio público com suas participações contínuas em esclarecimentos nas cortes e comissões do Congresso norte-americano e com a própria imprensa tornando públicas suas insatisfações com o modelo do Facebook e seus riscos a médio e longo prazo. Esse movimento revelou uma miopia da gestão do Facebook em diversos aspectos. Thompson e Vogelstein evidenciam como o foco fragmentado da companhia prejudicou sua visão do *big picture*

Mesmo os funcionários atuais reconhecem agora que perderam o que deveria ter sido sinais óbvios de pessoas fazendo mau uso da plataforma. E olhando para trás, é fácil reunir uma longa lista de possíveis explicações para a miopia em Menlo Park sobre notícias falsas. A gerência foi tímida por causa do fiasco *Trending Topics*; agir contra a desinformação partidária - ou mesmo identificá-la como tal - poderia ser visto como outro ato de favoritismo político. O Facebook também vendeu anúncios contra as histórias, e lixo sensacionalista era bom em puxar as pessoas para a plataforma. Os bônus dos funcionários são baseados, em grande parte, no fato de o Facebook atingir determinadas metas de crescimento e receita, o que dá às pessoas um incentivo extra para não se preocuparem muito com coisas que, de outra forma, seriam boas para engajamento. E, então, havia a questão sempre presente da Seção 230 da Lei de Decência nas Comunicações de 1996. Se a empresa comesse a se responsabilizar por notícias falsas, talvez tivesse que assumir a responsabilidade por muito mais. O Facebook tinha muitas razões para manter a cabeça na areia. (THOMPSON; VOGELSTEIN, 2018, tradução livre da autora).

O ano de 2017 foi um ano de ponderações estratégicas para o Facebook, e 2018 começou com o compromisso pessoal de Zuckerberg (2018a) de tornar o ambiente mais saudável, para que as pessoas tivessem interações mais significativas²⁸ na plataforma. Mas, alguns meses antes, em agosto de 2017, a estrategista digital da campanha de Donald Trump, Theresa Hong, havia concedido uma entrevista à BBC apresentando a estrutura da campanha e falando sobre seus parceiros, a Cambridge Analytica (CA), uma empresa de publicidade digital segmentada fundada pelo grupo britânico SCL para atuar em campanhas políticas. A CA já havia trabalhado em dezenas de campanhas, mas ganhou destaque ao atuar nas campanhas do referendo pelo Brexit²⁹ e na campanha de Trump.

Na entrevista, Hong declara que “sem o Facebook nós não teríamos vencido. O Facebook foi verdadeiramente a mídia que provou maior sucesso para essa campanha” (HONG, 2017). Mais de US\$85 milhões de dólares da campanha foram investidos no Facebook. A CA utilizava uma complexa metodologia das ciências comportamentais aplicada à comunicação digital, tendo como base o *big data*. As brechas regulatórias dos Estados Unidos à época permitiam que empresas como bancos, farmácias e supermercados, por exemplo, vendessem informações de usuários a outras empresas. Com isso, na eleição presidencial norte-americana, a empresa tinha uma base de “aproximadamente 7.000 informações sobre cada eleitor para direcionar a propaganda adequada a cada um” (FLORES, 2017).

Com isso, a CA construía padrões de personalidade e a partir de técnicas múltiplas de marketing digital ajustava as mensagens para atingirem a máxima assertividade por meio da segmentação, como explica Hong (2017) à BBC.

Em março de 2018, a Cambridge Analytica voltaria a ganhar destaque. As jornalistas do *The Observer* Carole Cadwalladr e Emma Graham-Harrison publicariam o resultado de uma investigação de quase um ano baseada em documentos, depoimentos de informantes e reportes relacionados a disputas

²⁸ Entre dezembro de 2017 e janeiro de 2018, o Facebook começou a utilizar o termo *meaningful* de modo consistente sem suas comunicações e posicionamentos de seu CEO. Em janeiro, essa narrativa se concretizou com o ajuste do algoritmo, dando mais visibilidade a amigos e familiares dos usuários, em detrimento de conteúdos de páginas de marca, notícias e outras páginas de organizações. (VOGELSTEIN, 2018)

²⁹ Brexit é o nome pelo qual ficou conhecida a saída do Reino Unido da União europeia. Segundo o *The Guardian*, durante o referendo, uma empresa de serviços digitais vinculada à Cambridge Analytica recebeu um pagamento de £ 625.000, de uma organização de campanha pró-Brexit, o que violaria potencialmente as regras de gastos do referendo (GREENFIELD, 2018).

eleitorais na era digital. Vinha a público o ex-funcionário da Cambridge Analytica, Christopher Wylie. O canadense, com apenas 27 anos à época das declarações, afirmava “Eu criei a ferramenta de guerra psicológica de Steve Bannon” (CADWALLADR; GRAMAH-HARRISON, 2018). Para disseminar a revelação, o *Observer* compartilhou seu material com o *New York Times* e o *Channel 4 News*. Wylie, diagnosticado com transtorno de déficit de atenção e dislexia em sua infância, era um cientista de dados autodidata, e revelou que a CA -- que já vinha de uma investigação sobre a licitude de suas práticas e negava o uso de dados pessoais de usuários do Facebook de modo ilegal -- havia coletado de forma imprópria informações de perfis de mais de 50 milhões de usuários do Facebook, a partir de uma parceria com Alexander Kogan, pesquisador da Universidade de Cambridge, que havia acessado uma massiva base de dados de perfis de usuários com um aplicativo chamado *thisisyourdigitallife*, em 2014, em um projeto não vinculado à Universidade. Após identificar uma intensa coleta de dados em 2015, o Facebook teria solicitado, no ano seguinte, a remoção dos conteúdos das bases da GSC (empresa de Alexander Kogan que operava em parceria com a CA) e da Cambridge Analytica. Nenhuma ação de acompanhamento da solicitação foi tomada pela empresa.

O que a entrevista de Wylie deixava claro é que o Facebook foi importante para a eleição de Trump não apenas pela sua estrutura de segmentação e compartilhamentos, mas porque foi a fonte de todos os dados estratégicos utilizados pela Cambridge Analytica. Wylie contradisse as alegações do CEO da CA, Alexander Nix, a um inquérito parlamentar um mês antes, no qual afirmava categoricamente não utilizar dados pessoais do Facebook. Contradiu também a resposta do Diretor de políticas do Facebook, Simon Milner de que a Cambridge Analytica poderia ter muitos dados, mas nenhum deles seria dados de usuários do Facebook (CADWALLADR; GRAMAH-HARRISON, 2018). E expôs, principalmente, a falha do Facebook em identificar a questão, lidar com ela e notificar as autoridades sobre vazamentos de dados. A brecha não informada era que o Facebook permitia ao aplicativo não apenas acesso aos dados dos usuários que utilizassem, mas a toda a sua rede de amigos, atingindo uma escala massiva.

Às revelações de Wylie, seguiram-se investigações, revelações de outros funcionários da Cambridge Analytica e de empresas similares, e ondas de questionamentos. Após meses sustentando em investigações de órgãos públicos e

diante de questionamentos da imprensa que não havia nenhuma brecha de proteção de dados, Zuckerberg (2018b) manteve silêncio por quatro dias após as reportagens que deflagraram o escândalo, antes de se posicionar com uma publicação em seu perfil pessoal na qual dizia que o Facebook tem a responsabilidade de proteger os dados das pessoas e que, se não é capaz de fazer isso, não merece essa responsabilidade.

Nos quatro dias de silêncio que se seguiram ao escândalo, o mercado respondeu ostensivamente. Foram US\$60 bilhões de dólares perdidos com a queda das ações nos dias 19 e 20 de março (NASDAQ, 2018). No dia 21, quando Zuckerberg fez seu pronunciamento, subiram ligeiramente. Mas voltaram a cair em seguida. Entre março e agosto de 2018 as ações oscilaram continuamente, tendo atingido a maior descapitalização da história da bolsa norte-americana em um único dia – quando, após a apresentação de resultados financeiros do segundo trimestre, as ações da companhia despencaram e as perdas somaram US\$ 120 bi (SHAW, 2018).

Figura 5 – Queda das ações do Facebook em 26 de Julho de 2018

Fonte: Macrotrends, 2018. Disponível em <<https://www.macrotrends.net/stocks/charts/FB/facebook/stock-price-history>>. Acesso em 03 ago. 2018.

As quedas foram expressivas ao longo do ano, mas o movimento contínuo do valor das ações da empresa vinha em crescimento e, após a queda, ainda tinham valor maior que o comparativo com julho de 2017. Shaw (2018) comparou o recorde de perdas do Facebook com outras empresas listadas que tiveram perdas abruptas durante um único dia, como Intel e Microsoft. Há uma resposta rápida do mercado

financeiro aos acontecimentos, mas, no acumulado, essas oscilações são rapidamente recuperadas.

Figura 6 – Valor das ações do Facebook ao longo dos anos de 2012 a 07/2018

Fonte: idem

O mesmo movimento aconteceu com o número de usuários. Mesmo com o movimento #DeleteFacebook tendo se tornado viral a partir de 20 de março, o número de usuários da empresa continua a crescer, mesmo que com desaceleração.

Figura 7 – Usuários mensais ativos no Facebook

Fonte: Statista, 2018. Disponível em < <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>>. Acesso em 03 ago. 2018.

O cenário do Facebook continua em transição. Zuckerberg esteve em depoimentos frente ao Congresso norte-americano, publicou pedidos de desculpas nos maiores jornais americanos e britânicos e tem anunciado medidas contínuas para lidar com a situação.

Para este estudo de caso, iremos tratar o escândalo de dados em três eixos. Pela complexidade do caso, não se trata de uma divisão cronológica de fases, mas de compreender os conceitos ora trabalhados na pesquisa bibliográfica em ação no ambiente. Tal tratativa serve para que possamos relacionar os dados e contribuir na ampliação das discussões em nosso campo sobre fatos recentes sobre os quais a rápida significação é essencial.

3.2.1 Da sobrecarga e fragmentação da comunicação

Em sua carta aos potenciais investidores do Facebook, quando do IPO em 2012, Mark Zucerberg definia a cultura *hacker* da empresa. De fato, o endereço atual da sede da empresa, em Menlo Park, é *Hacker Way, 1*. O termo hacker tem estado em ascensão nos últimos anos também influenciado pela cultura de startups e apelo da inovação. *Growth hacking, life hacks, hackathons* são manifestações dessa mentalidade na cultura contemporânea e, nesse contexto, o termo significa compreender o sistema tão bem que se possa criar alterações em suas estruturas e sistemas, experimentar e encontrar oportunidades de crescimento no interior deles.

Zuckerberg colocou esse ponto como central no posicionamento da empresa. Ao lado dos valores *be bold, move fast, be open* e *build social value* (seja ousado, mova-se rápido, seja aberto e construa valor social). Os três primeiros desses valores representam com precisão a sociedade do *hiper-*, do desempenho e a positividade: faça mais, mais rápido, com mais impacto, esteja aberto para mais coisas, dizem nas entrelinhas.

Nessa cultura hacker, em 2010, o Facebook lançou seu primeiro API, uma interface para desenvolvedores de aplicativos para a plataforma. O Facebook, nesse período, percebera problemas com a quantidade de dados disponível aos desenvolvedores. O jornalista e professor da Universidade de Columbia, Jonathan Albright (2018) explica que a interface foi uma revolução no mercado digital, uma vez que desenvolvedores, marqueteiros e pesquisadores tinham acesso a “informações em nível industrial e funcionalidades de pesquisa avançadas nas atividades de

usuários do Facebook, conexões e estados emocionais muito além do que havia sido publicado ou falado nas plataformas e aplicativos”. Notando o problema, mas com o intuito de preservar a fonte de receitas publicitárias e o modelo de negócios, em 2014, durante a F8, sua conferência anual para desenvolvedores, a empresa anunciou uma nova versão que substituiria o API inicial. Tal transição se concretizaria apenas após cinco anos de funcionamento da primeira versão.

No mesmo dia, contudo, seria anunciado o *Facebook Audience Networking*, uma ferramenta que expandia sua capacidade de extrair perfil de dados e mecanismo de segmentação de anúncios de seus próprios aplicativos e serviços para além do aplicativo. “Os desenvolvedores agora têm uma nova maneira de rentabilizar efetivamente aplicativos móveis”, dizia o anúncio da F8 (FACEBOOK, 2014a, tradução livre da autora). No detalhamento da ferramenta, a empresa explica que “os anúncios do Facebook funcionam porque são pessoais, relevantes e fáceis de mensurar [...] A *Audience Network* traz as mesmas poderosas ferramentas para experiências baseadas em aplicativos, dando aos anunciantes mais escala em suas campanhas com o Facebook” (FACEBOOK, 2014b, tradução livre da autora).

Symeonidis, Tsormpatzoudi e Preneel's (2015) explicam que, enquanto o API permitia acesso a dados massivos dos usuários que utilizassem determinado aplicativo, nenhum consentimento era solicitado aos demais “sujeitos de dados”, ou seja, as pessoas nas redes dos usuários do aplicativo, cujas informações também eram compartilhadas com o aplicativo. Assim, através de um usuário, um aplicativo poderia acessar informações detalhadas de toda a rede do usuário. Albright explica que

A interface do Facebook foi construída com base na falsa pretensão de dar aos usuários controle sobre o que é compartilhado. Mas o foco está em "postar" ou compartilhar externamente; o que nós ativamente ESCOLHEMOS para compartilhar. Na realidade, os usuários do Facebook têm a capacidade exatamente oposta de controlar o que é passivamente compartilhado SOBRE ELES - ou seja, as informações e os metadados que outras pessoas podem extrair. (ALBRIGHT, 2018, tradução livre da autora).

O Facebook, ao longo desses primeiros 15 anos, manteve o foco em crescimento, mantendo uma estratégia macroambiental com foco em aumentar receitas, adquirir concorrentes ou assimilar suas características de produtos, expandir para outros públicos, atingir mais usuários (THOMPSON, VOGELSTEIN, 2018). Mas, por mais ampla que fosse sua estratégia, seu modelo de negócio

acelerava na direção da *incomunicação* proposta por Wolton, ao segmentar continua e indeliberadamente as estruturas de comunicação e diálogo.

Emiliana Pomarico Ribeiro conceitua as micronarrativas como “fragmentos de histórias pessoais, com as quais cada pessoa pode colaborar com suas ideias e sentimentos, reforçando os laços de empatia e afluindo os valores intangíveis tão necessários para o reencantamento da comunicação” (2014, p. 93). Esse tipo de narrativa tem, de fato, um imenso potencial quando inserido em estratégias amplas de comunicação e compartilhamento, mas o que se cria no ambiente digital, via de regra, é fundamentalmente oposto das micronarrativas afetivas. As redes sociais criaram um ambiente de estímulos múltiplos, colocando-nos em estado de atenção difusa e reduzindo nossa capacidade de gerar memórias das experiências (WALTER, 2018), afetando negativamente nosso bem-estar físico e emocional (SHAKIA; CHRISTAKIS, 2017) e causando comportamentos compulsivos com efeitos nos nossos cérebros similares ao do vício em cocaína ou em jogos (VULLIAMY, 2016).

Gera um ambiente no qual exploramos o conteúdo de nossa vida em uma exposição contínua similar a pornografia (HAN, 2017), de forma contagiosa e fictícia, que só nos apresenta as partes do mundo que nos interessa (idem). Inclusive, nos permitindo excluir memórias dolorosas (WILLIAMS, 2015), em vez de desenvolver as habilidades sociais necessárias para lidar com elas (BAUMAN, 2004) ou criar, a partir delas, significações. Um ciclo de produzir fragmentos e consumi-los, que enfraquece não apenas nossas relações, mas nossa capacidade de enxergar os outros como humanos. As publicações individualizadas, fragmentadas, aditivas e esvaziadas de sentido no ambiente digital não podem ser confundidas com as micronarrativas por esse sentido. Escapam da memória, do processo de lacunas e silêncios, das não transparências que constituem nosso processo de significação

A memória humana é uma narrativa, uma contação; o esquecimento é um componente necessário. Em contraste, a memória digital é uma questão de adição e acumulação contínuas. Dados armazenados admitem a contagem, mas não podem ser recontados. O armazenamento e a recuperação são fundamentalmente diferentes da lembrança, que é um processo narrativo. Da mesma forma, a autobiografia constitui uma narrativa: é uma escrita memorial. Uma linha do tempo, por outro lado, não conta nada. Ele simplesmente enumera e adiciona eventos ou informações. A memória constitui um processo vivo e dinâmico; aqui, diferentes níveis de tempo se cruzam e se influenciam mutuamente. A memória está sujeita a constantes reescritas e rearranjos. (HAN, 2017b, p. 67, tradução livre da autora).

Se, por um lado, os fragmentos nos dão uma ideia de objetificação do outro, o modelo publicitário do Facebook reforça esse aspecto, direcionando a empresa no sentido da individualização máxima para maior efetividade dos impactos de comunicação com os sujeitos de dados³⁰. As ferramentas de *targeting* da empresa, colocam os indivíduos como alvos. Para a estrutura de anúncios do Facebook (FACEBOOK, 2018b) é possível trabalhar com os conceitos de audiências *core*, semelhantes e audiências customizadas (o que quer dizer que é possível alimentar a estrutura de filtros com dados prévios que o anunciante tenha). A partir dessas escolhas, múltiplas opções de filtros podem ser aplicadas, atingindo um recorte máximo de quem é aquela pessoa (renda, localização, hábitos de consumo, interesses, metadados de comportamento etc). Como nos lembra Castells, “a rede é a unidade, não o todo” (2015, p. 66).

Um dos conceitos abordados na primeira parte deste estudo é a aceleração tecnológica proposta por Kurzweil. Uma de suas causas principais é a apropriação por mais e mais pessoas das ferramentas disponíveis para sua própria evolução ou criação de novas ferramentas. De certa forma irônica, potencializada por uma cultura *hacker*. Para o Facebook, desde seus primeiros dias, a questão chave sempre foi incentivar as pessoas a produzirem conteúdo para a plataforma “monetizá-los”. Isso é válido para os usuários, que alimentam a plataforma com suas fotos, textos, vídeos, relações e comentários, mas também para desenvolvedores e marcas, que publicam seus conteúdos, adaptam suas estratégias e levam suas estratégias para o ambiente da plataforma. A plataforma, com isso, além de se basear profundamente na separação de grupos em guetos (WOLTON, 2015), torna esses guetos os alvos do seu modelo de negócio.

Essa estrutura do Facebook traz debates técnicos e jurídicos sobre a captação dos 50 milhões³¹ de perfis pela Cambridge Analytica poder ser considerado uma brecha ou não. Mas foram essas condições que permitiram que a

³⁰ O termo sujeito de dados tem aumentado sua relevância com as recentes regulações de proteção de dados como a regulação da União Europeia, a Global Data Protection Regulation (GDPR), aprovada em 2016 e em vigor desde maio deste ano, e sua herdeira Brasileira sancionada em 14 de agosto, a Lei Geral de Proteção de Dados. O termo se refere a uma pessoa cujos dados pessoais são processados por um controlador ou processador. Curiosamente, ao contrário do sujeito filosófico, o sujeito de dados característico da pós-modernidade, é passivo e caracterizado pela sua *commodity*: os dados.

³¹ Em abril de 2018, o Facebook aumentou a projeção de perfis afetados para 87 milhões (LAPOWSKI, 2018).

CA “hackeasse”, por assim dizer, a plataforma. Os dados extraídos por Kogan a partir de 2014 exploraram a possibilidade do API de acessar redes de conexões e dados e, com isso, formar uma grande base de compreensão do comportamento social e político dos usuários. O modelo adotado pela GSC e pela Cambridge Analytica para mapeamento desses perfis tinha por base estudos de personalidade divididos em cinco pilares, como explica Paulo Flores (2017), em um modelo chamado *OCEAN*

Openness (abertura): abertura do indivíduo a novas experiências;
Conscientiousness (nível de consciência): preocupação da pessoa com organização e eficiência;
Extroversion (extroversão): nível de sociabilidade e tendência de ver coisas pelo lado positivo das coisas;
Agreeableness (amabilidade): cooperação e sensibilidade com questões de outras pessoas;
Neuroticism (instabilidade emocional ou neurose): intensidade emocional com que a pessoa reage ao receber informações. (FLORES, 2017).

Com esse modelo, a CA era capaz de compreender na população quais seriam seus potenciais eleitores e que tipo de ação seria necessária para persuadi-los. O CEO da agência Edelman, Richard Edelman, em 2016 afirmava que oito anos do círculo vicioso de ação do governo para recuperar empresas, haviam deixado os Estados Unidos em “uma rebelião populista, na qual o público tem canalizado a sua frustração e o anseio de liderança a candidatos presidenciais como Bernie Sanders e Donald Trump, chocando a estabilidade em dois extremos” (2016, p. 168). Foram esses ressentimentos, essas segundidades mal curadas, que a CA explorou com seu modelo *OCEAN*, como vemos na entrevista de Wylie que deflagrou as denúncias ao modelo da empresa de dados explica o modelo de negócio que a empresa apresentou aos investidores

Essencialmente, o argumento era o de que iríamos combinar o *microdirecionamento*, que já existia na política e era, em parte, minha função, mas trazer um novo constructo, novas construções da psicologia, para que não atingíssemos o público apenas como eleitores, estaríamos alvejando você como personalidade. E, a fim de escalar, então coletaríamos muitos dados sobre as pessoas... para que pudéssemos construir um perfil psicológico de cada eleitor em uma região específica ou, neste caso, nos Estados Unidos como um todo. (ANEXO C, tradução livre da autora).

O conceito de microdirecionamento, *microtargeting* do original, reforça a ideia de fragmentos. O trabalho realizado pela Cambridge Analytica era captar

informações de sujeitos de dados, indivíduos caracterizáveis por uma massiva combinação de dados e metadados e, a partir disso, construir suas personalidades. Esse foco em unidades básicas era intencional, como explica Wylie

A razão pela qual ele [Steve Bannon] estava interessado nisso é porque ele segue essa ideia da doutrina de Brietbart, de que se você quer mudar a política, você primeiro tem que mudar a cultura, porque a política flui da cultura. Então, o que eu disse é que, se você quer mudar a cultura, você precisa primeiro entender quais são as unidades de cultura. As pessoas são as unidades de cultura. Então, se você quer mudar a política, primeiro precisa mudar as pessoas para mudar a cultura. (ANEXO C, tradução livre da autora).

O que Wylie constrói na CA é similar aos conceitos de gene e meme propostos por Dawkins e previamente apresentados. A comunicação no ambiente do Facebook se assemelha do meme não apenas pela sua priorização do compartilhamento por ele mesmo, mas porque também se baseia numa fragmentação em unidades básicas. Se a evolução das espécies foi determinada pelo comportamento dos genes em adaptação ao ambiente, as evoluções das relações narrativas hoje se relacionam a essas unidades básicas de cultura: pessoas, já não seres humanos, mas sujeitos de dados.

A partir da compreensão desses sujeitos de dados, o passo seguinte da Cambridge era a construção dos perfis de comportamentos na matriz OCEAN, identificando as segundidades às quais os sujeitos de dados já estavam expostos ou às quais seriam mais suscetíveis. O conceito da estratégia, explica Wylie era uma arma informacional para uma guerra cultural. Um ano antes da candidatura de Trump, narrativas em diversos formatos já eram testadas, desde ideias conspirativas sobre a NSA, até imagens que indicassem muros e pessoas tentando atravessá-los, cada narrativa da campanha já vinha em testes antes do anúncio oficial de candidatura do presidente (CNN, 2018).

Compreendendo assim as frustrações apontadas por Edelman, a Cambridge Analytica, como revelou Theresa Hong (2017), desenhava conteúdos específicos para cada audiência e suas necessidades, como revela novamente Wylie

[...] saberíamos a que tipo de mensagem você seria suscetível, incluindo o enquadramento, os tópicos, o conteúdo, o tom, se é assustador ou não, esse tipo de coisa. Então, [sabíamos] ao que você seria suscetível e onde você consumiria isso e, em seguida, quantas vezes precisamos impactá-lo com isso para mudar a maneira como você pensa sobre algo. Além de ter cientistas de dados e psicólogos e estrategistas, eles também tinham uma equipe inteira de criativos, designers, produtores de vídeo, fotógrafos. Em

seguida, criavam esse conteúdo, que era enviado para uma equipe de segmentação e era, então, injetado na Internet. Websites eram criados. Blogs eram criados. Seja o que for que achássemos que esse perfil de alvo será receptivo, criaríamos conteúdo na Internet para eles encontrarem. (ANEXO C, tradução livre da autora).

O grande trunfo da Cambridge Analytica foi compreender as segundidades para criar redes de terceiridades e significações que atribuissem sentido às permanências, aos choques mal elaborados dos cidadãos. Essa estratégia, base da metodologia OCEAN, foi o que permitiu que eles jogassem com a fragmentação. Mas compreendendo essa fragmentação como meme, como unidade básica e viralizável que pode ser direcionada para determinadas ações no futuro com base em estruturas para fluidez da narrativa ontológica à metanarrativa.

Cruzando bases de mais de 7.000 informações sobre cada sujeito de dados, a CA conseguia compreender a narrativa ontológica de cada um. A cada uma dessas narrativas ontológicas básicas, um plano de estímulos, interações e respostas era criado, para conduzir a audiência ao estágio seguinte mais próximo um do outro. A condução para a construção de um todo maior é realizada com a alienação dos sujeitos de dados, expropriados do debate público em função de debates privados sobre a coisa pública

Ao invés de ficar na praça pública, dizendo o que você pensa e deixar as pessoas virem, ouvirem você e terem aquela experiência compartilhada sobre o que você é, qual é a sua narrativa, você está sussurrando no ouvido de cada eleitor. E você pode estar sussurrando uma coisa para este eleitor e outra coisa para outro eleitor. Corremos o risco de fragmentar a sociedade de uma forma em que não teremos mais experiências compartilhadas e não compartilhamos mais da compreensão. (ANEXO 3, tradução livre da autora).

A crença no futuro requer nossa reconciliação com o passado, nossa significação da trajetória. Para que tenhamos confiança na ação no presente. O engajamento na narrativa ativa, ou seja, aquela capaz de devolver fluxos de sentido às relações em aceleração positivada, é a responsabilidade pela criação de laços sociais agora que possibilitem realidades no futuro. É assumir o papel da comunicação na construção do futuro social que possamos e queiramos habitar em conjunto. E é, finalmente, um convite à reflexão acerca das possibilidades criadas pela comunicação em resposta às contradições e inseguranças intensificadas de fragmentação dos novos contextos.

3.2.2 Da construção de terceiridades

A miopia que Thompson e Vogelstein (2018) apontam por parte do Facebook pode ser associada com o *Runaway Capitalism* de Meyer e Kirby (2012). O modelo de inovação a qualquer custo e de competitividade tirou o foco do longo prazo. Ou, de certa forma, colocou o foco do longo prazo em um simulacro de números e performances, que pouco projetavam no futuro além de valores financeiros e outros simulacros de valor social. O deslocamento dos espaços e das formas de emissão na comunicação contemporânea tornou mais complexa a compreensão da perspectiva das fontes de informação, explica Luiz Alberto de Farias

A clássica ideia de fonte se ressemantizou, ganhou novos contornos. As fontes deixaram de ser única e tão somente direcionadas para a imprensa, passando a ter seus próprios nichos e sujeitos-destino (2016, p. 248).

Nem sempre atentos aos impactos desse deslocamento, muitos profissionais da comunicação e do marketing seguiram burocraticamente as tendências, segmentando contínua e excessivamente suas mensagens, para alvos que precisavam ser alvejados. Sucumbimos aos fragmentos e à lógica do seu duplo, tomamos por engajamento o alcance, por comunicação a disseminação e por informação dados. Criamos, com isso, um ambiente de novidades intermitentes, baseado em *incomunicação* e desinformação. Nas palavras de Nassar

Nesse contexto de excessos informacionais, os comunicadores se distanciam de práticas construtoras de afetos e reproduzem uma narrativa desencantada, como a descrita por Hebert Marcuse, não incentivando o processo social dinâmico, inclusivo e participativo, que reforça os laços sociais e, portanto, a memória coletiva” (NASSAR, 2016, p.91)

A estratégia da Cambridge Analytica direciona os públicos adiante em uma ação, mas não cria um futuro que queiram compartilhar, cria um ideal a ser consumido, uma ação a ser tomada. “Se não compartilhamos mais de compreensão, como podemos ser uma sociedade funcional?”, questiona Wylie (ANEXO C, tradução livre da autora). O programa que o canadense comandou criou uma massa operacional direcionada a uma ação, mas não há evidências de construiu uma narrativa de futuro que as pessoas queiram compartilhar.

Contrário a isso, o slogan da campanha de Trump era justamente *Make*

America Great Again (Torne a América boa de novo). Tal slogan se refere ao passado sem sentido e história, já que foi baseado em discursos da campanha de Ronald Reagan em 1980. Ronald Brownstein analisa

No ranking do vocabulário de Trump, a palavra “voltar” fica bem atrás de “novamente”. Trump está sempre prometendo “trazer de volta” coisas que foram perdidas. Empregos industriais, produção de aço e carvão, interrogatórios de terroristas, “lei e ordem” nas cidades - todos esses discursos de Trump dizem que ele vai “trazer de volta” algo para reverter o que ele retrata como anos de declínio americano. (BROWNSTEIN, 2016, tradução livre da autora)

Essa tendência nostálgica é uma resposta a dificuldade em significar o ambiente atual, mais que a um real declínio da qualidade do ambiente. Como explica Routledge (2015), a nostalgia atua como um mecanismo de defesa diante de situações de estresse. E essa é a situação do bombardeio (des)informacional em que se vive hoje em dia. Sanger-Katz (2016) apresenta uma pesquisa realizada pela consultoria *Morning Consult* com norte-americanos durante o período eleitoral. Os apoiadores da campanha de Trump tendiam a estender muito mais ao passado suas expectativas. Eleitores do partido Democrata ou mesmo a média geral dos norte-americanos indicavam alguma nostalgia ao passado recente (especialmente, os anos que antecederam o ataque ao World Trade Center em 2001), mas os apoiadores de Trump tendiam a retroceder algumas décadas nesse caminho

Figura 8 – Melhores épocas da sociedade de acordo com apoiadores de Donald Trump

Fonte: Sanger-Katz (2016) com dados da Morning Consult/Lucid

De acordo com a reportagem de Brownstein (2016), esse comportamento de nostalgia está relacionado a uma sensação de perda no presente. Em outras palavras, o fluxo de expectativa e narrativa foi interrompido por segundidades não significadas. Essas interrupções aumentam a sensação de nostalgia em relação ao passado e a busca por sentido e expectativa se inverte do futuro para o passado (BAUMAN, 2017b). Paradoxalmente, a expectativa do futuro é que ele seja como o passado e isso não acontece na forma de uma construção no presente de valores antigos no futuro, mas do retorno simbólico ao que era. Em 2012, a *Euromonitor International* realizou um estudo sobre a nostalgia, no qual explica que, em momentos de instabilidade econômica e social – e, em contextos de sobrecarga informacional a instabilidade é o padrão – a nostalgia tende a crescer. No resumo do trabalho a nostalgia é definida como um anseio sentimental pelo passado ou por um mundo idealizado, que

[...]pode ser explorada pelos profissionais de marketing e capacitá-los a **formar um vínculo emocional** com os consumidores. Estudos confirmam que a maioria dos consumidores faz uma retrospectiva do passado com óculos cor-de-rosa e está pronta para gastar em qualquer produto que possa ajudá-los a recriar os **sentimentos de calor e segurança** que sentiram durante os momentos mais felizes. (EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2012, tradução livre da autora, grifos nossos).

A campanha da CA, como afirma Wylie, testou previamente essas narrativas adotadas por Trump, construindo um portfólio de novas narrativas (baseadas em afetos, diferentes linguagens como a audiovisual, a fotográfica, a programação em si) para sustentar as experiências da audiência. Com isso, a CA ofertava às audiências, para além da retrotopia e da nostalgia, aquilo que as baseia: a segurança. Como define Spinoza, dos encontros com a realidade, "a segurança é uma alegria surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, da qual foi afastada toda causa de dúvida" (2011, p. 144). As construções aditivas das novas tecnologias de comunicação não apenas tomam nossa liberdade nos oferecendo a segurança dos filtros-bolha onde apenas o agradável é visível, como também cria uma sobrecarga cognitiva que nos impede do idiotismo proposto por Han. Para o autor,

A história da filosofia é a história dos idiotismos. Sócrates sabia apenas que não sabia; ele é um idiota. Da mesma forma, Descartes – que duvidava de tudo – é um idiota. Cogito ergo sum é uma idiotice. É preciso uma contração profunda do pensamento para criar um novo caminho possível. (2017b, p. 81-82, tradução livre da autora).

Esses idiotismos, para Han a abertura a novas formas de pensar e perceber, de significar o mundo. E essa capacidade de liberdade narrativa é suprimida justamente pela comunicação digital e pelas redes, que “amplificaram maciçamente a compulsão à conformidade. A violência resultante do consenso está suprimindo idiotismos” (2017b, p. 82).

As revelações do escândalo da Cambridge Analytica trouxeram surpresa e incredulidade à opinião pública, em parte por algo tão complexo e massivo ter acontecido abertamente na sociedade, em parte por ser a prática cotidiana de quem trabalha com comunicação digital. Sem tempo para reflexão, a prática foi se adaptando às novas ferramentas. “Nós moldamos nossos edifícios; depois disso eles nos moldam”, é uma famosa frase atribuída a um discurso de Winston Churchill. Esse movimento é cada vez mais rápido e, na lógica da comunicação digital, cada mudança requer adaptação para uma competitividade maior. “O tempo realmente passa, e o truque é manter o mesmo ritmo dele. Se você não quer afundar, deve continuar surfando, ou seja, continuar mudando, com tanta frequência quanto possível” (BAUMAN, 2013, p. 27). Muita velocidade sem um sentido. Sussurros individuais para guetos de, às vezes, uma única pessoa. Uma festa onde cada um come apenas o prato que levou. Essa é a *incomunicação* que Wolton aponta, sendo um de seus aspectos a banalização³² de sua prática (WOLTON, 2015).

3.2.3 Da reintegração à metanarrativa

A história do Facebook é uma história de acelerações de relações. Acelerou movimentos sociais, encontros, relações, tensões e contradições. O escopo desse trabalho não pretende esgotar a história da empresa ou seus impactos na

³² Christophoer Wylie, em suas entrevistas, fala serenamente sobre a construção de um mecanismo de desinformação, uma “arma de guerra psicológica” (ANEXO C). Por diversas vezes, é questionado se refletia sobre o que estava fazendo e suas respostas denotam que essa não era uma preocupação. Questionado diretamente sobre seu envolvimento, responde “[...] quer dizer, eu, nós, estávamos focados apenas em obter dados e fazer esse experimento” (idem). Brittany Kaiser, também executiva da CA, foi a público nos dias seguintes. Kaiser havia sido voluntária na campanha de Trump e apoiava o candidato Bernie Sanders nas eleições. Também ela responde aos questionamentos dizendo que apenas fazia o seu trabalho (LEWIS; HILDER, 2018). A filósofa Hannah Arendt (1906 -1975) cunhou o termo *banalidade do mal* (1999), que expressa justamente essa alienação do pensamento que nos distancia da consciência crítica de nossas ações, diante da superficialidade e superfluidade da nossa sociedade “grandes massas de pessoas constantemente se tornam supérfluas se continuamos a pensar em nosso mundo em termos utilitários” (ARENDT, 1989, p. 510).

sociedade, mas tão somente apoiar-se documentalmente em seu contexto para discutir os temas ora abordados, também esses inesgotáveis neste estudo. Também o contexto é mutável desde o início do projeto, ora confirmando (infelizmente) seus piores presságios, ora exigindo outras fontes para o embasamento teórico.

Cabe aqui uma reflexão sobre as mudanças implementadas na empresa nos últimos anos, como um organismo complexo moldado pelo seu ambiente e o que o molda novamente.

Olhemos, neste ponto, para o cenário brasileiro da companhia. O Brasil é o terceiro país com maior número de usuários na plataforma (empatado com a Indonésia), atrás apenas da Índia e dos Estados Unidos.

Figura 9 – Países com maior número de usuários do Facebook

Fonte: Statista. Disponível em < <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>>. Acesso em 20 jul. 2018.

No episódio Cambridge Analytica, cerca de 445 mil perfis brasileiros foram afetados (BRIGATTO, 2018). Segundo dados do IBGE (GOMES, 2018), 116 milhões de brasileiros acessam a internet. No País, 62% da população utiliza redes sociais e a média de tempo dedicado exclusivamente a esse tipo de plataforma é de 3h40 diárias (COELHO, 2018). Segundo o *Digital News Report* do Instituto Reuters, dois

terços dos respondentes da pesquisa utilizam as redes sociais como fontes de notícias e 52% deles utilizam o Facebook como principal fonte (CARRO, 2018). A confiança brasileira nas redes sociais como fonte de comunicação é da ordem de 32% (idem).

Segundo o pesquisador Pablo Ortellado, o Brasil tanto segue a tendência de polarização (com suas características locais próprias) e disseminação de notícias falsas, quanto pode ter sido a vanguarda dessas últimas. As eleições presidenciais de 2014, segundo o pesquisador, já indicavam elementos presentes no escândalo norte-americano: “Teve guerra suja. Nós tivemos robôs, contas falsas, fábrica de rumores. Um princípio de notícias falsa” (ORTELLADO, 2018). Uma investigação da BBC, de fato, mostra esquemas que mobilizaram redes de perfis falsos e em campanhas eleitorais nas disputas de 2014 (GRAGNANI, 2017). As chamadas Jornadas de Junho de 2013, realizadas há meia década, mostraram o poder de mobilização das redes sociais, em especial o Facebook, no país que é um dos mais entusiastas desse tipo de comunicação nos rankings globais. Constituem também parte importante da polarização política atual (CHARLEAUX, 2017; TEIXEIRA, 2018) que caracterizam o ambiente brasileiro.

O Brasil, reúne características que evidenciam a necessidade de atenção do Facebook ao ambiente de narrativas que se propõe a criar: alto engajamento na internet e nas redes sociais, confiança nessas plataformas como fonte de informação; uma demanda alta por ações de literacia de mídia e informação³³, polarização política e, claro, proximidade da disputa eleitoral. Por esses pontos e pelo contexto de produção deste estudo na academia brasileira, focamos nas ações tomadas pelo Facebook no contexto brasileiro entre 2017 e 2018. As ações consideradas são aquelas tomadas desde 2017, tais ações coincidem não apenas com o período de resposta do Facebook às críticas e efeitos da sua segmentação, fragmentação, criação de bolhas e influência nas eleições norte-americanas, como também coincidem com o posicionamento *Building a Global Community* (Anexo B) que vem sendo trabalhado pela empresa nas dimensões da metanarrativa, da narrativa conceitual, pública e ontológica.

³³ - Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) é a proposta da UNESCO para cidadania e engajamento cívico dos cidadãos por meio da acesso, avaliação, uso e produção de conteúdos comunicacionais e midiáticos, considerando os pilares de conhecimento, competências e atitudes (UNESCO, 2018). Outros termos que trabalham com ideias similares são News literacy, literacia de mídia, educomunicação e educação midiática.

No início de agosto de 2018, o Facebook compartilhou com a autora deste estudo uma linha do tempo das ações adotadas no Brasil entre 2017 e 06 de agosto de 2018 (ANEXO D), com seus respectivos detalhamentos. Tais ações estão ligadas ao consumo de informações e ao debate público, combate às *fake news* e resposta aos problemas que a empresa enfrentou ao longo dos últimos anos. São dezenove propostas de apoio a comunidade de jornalistas, treinamentos, conteúdos, ajustes dos algoritmos, experiências de oferta de conteúdo, entre outras. Nassar nos alerta que no contexto atual, as narrativas precisam ser consideradas em múltiplas dimensões, transcendendo sua

A contemporaneidade traz para a comunicação organizacional o desafio de produzir narrativas que enfrentem e superem o enfraquecimento da identidade, da memória e da ação coletiva, decorrente dos questionamentos em relação aos significados e sentidos das denominadas metanarrativas organizacionais. Essas narrativas de essência abrangente estão, geralmente, expressas no âmbito dos ideários organizacionais, constituídos por identidades, valores, missões e visões (NASSAR, 2016, p.92)

À luz das dimensões das narrativas propostas por Somers e Gibson (1993) e do histórico neste capítulo reconstruído, um excesso de foco na dimensão ontológica da narrativa, com as plataformas sociais sendo utilizadas para a narrativa de si, a experimentação e a individuação (Castells, 2015). A dimensão das narrativas ontológicas é reforçada em sociedade individualizadas. Vimos, ainda, que falar para uma multidão sussurrando uma mensagem diferente em cada ouvido, pode causar um descolamento das demais narrativas. De tal modo, elas podem se comportar como simulacros: o agrupamento de dados que é um simulacro da narrativa pública, estereótipos que são simulacro de conceitos, e controle de programação de rede que é simulacro de uma metanarrativa integradora. Esse descolamento das dimensões narrativas é o descolamento da nossa historicidade. “A narrativa compartilhada somos nós. A perda de sua dimensão social, acontecida no âmbito das conversas, é a perda de nossa historicidade” (NASSAR, 2016, p.97). Assim, analisamos as ações propostas pelo Facebook de acordo com o que buscam compreender (Tabela 1), com base nas informações disponibilizadas pela empresa e nos conceitos de Somers e Gibson e Nassar.

Tabela 1 – Ações Propostas pelo Facebook no Brasil 2017-2018

	Narrativa Ontológica			Narrativa Pública			Narrativa Conceitual			Metanarrativa		
	Contribui para a significação narrativa do indivíduo, sua conexão com o ambiente, reintegração com o ambiente social?			Contribui para o fortalecimento de redes de diálogos, de sentidos compartilhados e/ou de significações coletivas baseadas na interação?			Contribui para a reflexão acerca das narrativas para atribuir sentido, de modo mais amplo, às demais narrativas?			Contribui para a construção coletiva de grandes valores centrais, agregadores de grande conhecimento?		
	Não considera	Considera	Considera e Busca Contribuir	Não considera	Considera	Considera e Busca Contribuir	Não considera	Considera	Considera e Busca Contribuir	Não considera	Considera	Considera e Busca Contribuir
Apoio ao Projeto Comprova	X					X			X			X
Apoio ao Projeto Vaza, Falsianel			X						X			X
Apoio ao Atlas da Notícia	X					X						X
Apoio ao Projeto Credibilidade	X											
Pesquisa de confiança Veículos		X				X			X		X	
Campanha Identificar notícias		X				X			X			X
Turnê de oficinas de checagem de fatos			X			X			X			X
Projeto Lupe!			X			X			X			X
Feed de Notícias Local			X			X		X				X
Selo notícias urgentes nos Instant Articles	X					X		X		X		
Curso online gratuito contra notícias falsas			X			X			X			X
Bot no Messenger			X			X			X			X
Adoção dos indicadores do Trust Project		X				X			X			X
Botão de contexto do publisher			X			X			X			X
Facebook Safety for Journalists		X				X			X			X
Artigos Relacionados			X			X			X			X
First Draft como identificar notícias falsas		X				X			X			X
News Integrity Initiative	X					X			X			X
Projeto Facebook para Jornalismo	X					X			X			X

Fonte: Da autora.

Com base nas informações disponibilizadas pela empresa, buscou-se identificar o posicionamento da ação quanto às Narrativas Ontológicas (a ação contribui para a significação narrativa do indivíduo, sua conexão com o ambiente, reintegração com o ambiente social?); às Narrativas Públicas (a ação contribui para o fortalecimento de redes de diálogos, de sentidos compartilhados e/ou de significações coletivas baseadas na interação?); às Narrativas Conceituais (a ação contribui para a reflexão acerca das narrativas para atribuir sentido, de modo mais amplo, às demais narrativas?); e às Metanarrativas (a ação contribui para a construção coletiva de grandes valores centrais, agregadores de grande conhecimento?).

Figura 10 – Contribuição das Ações quanto às Narrativas Ontológicas e Públicas

Fonte: Da autora.

Figura 11 – Contribuição das Ações quanto às Narrativas Conceituais e Metanarrativas

Fonte: Da Autora

Em relação às dimensões da narrativa, vemos uma maior concentração de tentativa de contribuição nas narrativas públicas e conceituais, o que indica maior preocupação com a contribuição ao debate público, ao compartilhamento de ideias e ao diálogo social. Tal movimento acontece em detrimento da contribuição da narrativa ontológica, dimensão na qual as ações estão mais dispersas quanto ao seu grau de contribuição. Há uma preocupação especial em colocar as pessoas em contato com o diferente, em trazer outros pontos de vista e perspectivas, como na ação de disponibilizar artigos similares com outras perspectivas (ANEXO D).

Regular e filtrar humanamente os conteúdos seria uma opção delicada, cujas fronteiras com a censura são muito difusas. Além disso, a experiência com a equipe *Trendings*, seus vazamentos e as críticas direcionadas pelos republicanos nos Estados Unidos, mostraram que esse é um campo minado. O contexto leva a empresa a criar ferramentas para empoderar suas audiências³⁴ para que a ferramenta não tenha que ser posicionada em limites mais definidos.

Outra ação importante que cabe apontar neste breve estudo é relacionada ao movimento *Time Well Spent*, um dos debates em maior ascensão na área tecnológica. Em 1º de agosto de 2018 Ameet Ranadive, diretor de gerenciamento de produtos do Instagram, e David Ginsberg, diretor de pesquisa do Facebook anunciaram as ferramentas de gerenciamento de tempo gasto em cada uma das plataformas. O serviço se chama *Your activity* para o Instagram e *Your time on Facebook*, no Facebook. As funcionalidades anunciadas até o momento não vão muito fundo na discussão: permitem verificar o tempo gasto na plataforma em e configurar alertas para períodos específicos. Com isso, os usuários podem, por exemplo, estabelecer um tempo de 15 minutos ou 8 horas como meta diária. Em termos de funcionalidade, não vai além do que outras aplicações para celular já oferecem. Mas, como indica o artigo de Casey Newton (2018) é um posicionamento em um território narrativo que indica algo importante: na preocupação com interações significativas (*meaningful interactions*) é uma preocupação com tempo para significação. Permanência contínua em um veículo, ainda hoje uma importante métrica na comunicação, sobretudo na digital, não necessariamente significa

³⁴ Há que se considerar que, se por um lado, o caminho que potencializa indivíduos é sempre um caminho mais interessante, por outro lado, os usuários da plataforma ganham mais uma responsabilidade: produzir conteúdo, compartilhar conteúdo, fornecer dados, ser fonte indireta de receita e autorregular seu consumo.

disponibilidade emocional para elaborar significado a partir daquelas experiências. Para fins de novas pesquisas na área, é válido manter atenção na possível substituição da narrativa conceitual que se baseia na ideia de produzir sentido, estetizar o mundo (LIPOVETSKY; SERROY, 2015) por um paradigma que priorizará a produção de tempo para que as pessoas assimilem os significados. Se as narrativas e os sentidos nutrem o humano e o social, o tempo é o fator que aumenta essa biodisponibilidade. O tempo é a vitamina C da narrativa.

A prática narrativa que valoriza o indivíduo é sempre valiosa para mudanças – seja na construção de um ambiente de debate mais saudável ou na construção de uma arma psicológica de guerra. Como estímulo que leve idealmente a uma significação e, então, a uma ação, deve aumentar a potência de ação. Deve, pois, elaborar os afetos positivamente (SPINOZA, 2011). As ações propostas pelo Facebook indicam uma tentativa de estimular os indivíduos a dialogarem, compartilharem, criarem imaginário. Podem levar os indivíduos a reabilitarem a capacidade de interagir socialmente em cenários complexos. Engajar as pessoas no futuro é abrir espaços para o imprevisto (MORIN; VIVERET, 2015). “O tempo remete ao mistério e à graça, à violência, e à esperança, a culpa e à coragem de um por vir, ou melhor dizendo, de um ad-vento que se torna evento imprevisível”, diz Maldonato (2012, p. 19), para quem o tempo, sem a imprevisibilidade, é apenas a espera inerte. Apostar no imprevisível é desconfiar do determinismo do desconhecido.

Nenhuma tecnologia determina coisa alguma, uma vez que processos sociais estão incorporados em um conjunto complexo de relações sociais. Entretanto, a tecnologia, particularmente a tecnologia da comunicação, não é neutra (CASTELLS, 2015, p. 34)

As dinâmicas do Facebook pela matriz (Tabela 1) devem ainda variar bastante. Pois a comunicação e as narrativas são dinâmicas, fluidas e pulsantes. Seu equilíbrio requer balanço. Cada dimensão da narrativa é essencial em sua função, mas o que se deve atentar é para que elas não sejam dissociadas entre si.

Sem as narrativas – nas suas mais diferentes formas – somos matéria desorganizada, sem os aspectos críticos de cada direção. Significado que nos traz as dimensões técnicas, éticas e estéticas das informações e narrativas que recebemos. Enfim, uma elaboração cognitiva que gera uma percepção do que

somos e dos ambientes que nos envolvem” (NASSAR, 2016, p.97).

As dimensões de Somers e Gibson, atualizadas por Nassar, são dimensões concêntricas e permeáveis às membranas que as cercam. Recebem força das dimensões anteriores. Funcionam em integração. Novas narrativas, são as narrativas que pulsam do micro ao macro, são as narrativas que se renovam num todo, mais complexo que a soma de suas partes.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo foi iniciado com o propósito de relacionar campos sociológicos, filosóficos, comunicacionais e semióticos na compreensão do contexto atual das narrativas em suas múltiplas dimensões, potências e insuficiências na criação de territórios narrativos comuns, restabelecendo vínculos de confiança e compartilhamento do mesmo tempo e espaço, das mesmas narrativas.

Embora seu campo de estudo continue em construção – e em constante desconstrução e reconstrução -, no qual o conhecimento ainda avança trazendo nitidez e complexidade (SANTAELLA; NÖTH, 2004), a Comunicação é a grande impulsionadora da força dialética, que faz emergir sínteses dos conflitos existentes.

Se a comunicação é meta-sistema social e tecnológico (NASSAR, 2008), a contextualidade dos processos interativos no tempo e história precisa ser constantemente observada e acompanhada de forma interativa (SOUZA, 2008), exigindo uma ação constante e sinérgica baseada na compreensão e na articulação de sentidos. É preciso evitar o maniqueísmo e agir menos como gestor e mais como agente de transformação (FARIAS, 2008), para trabalhar de forma multidimensional os acontecimentos, identificando o perigo na oportunidade, a oportunidade no perigo e o as nuances entre eles.

Se a modernidade industrial nos colocou em uma pista de corrida (MAFFESOLI, 2010), a aceleração tecnológica não nos deixa parar. Entretanto, mais importante que a corrida, é o sentido dado a ela. Na reconstrução dos sentidos enfraquecidos pela sobrecarga informacional, na recuperação de um ambiente no qual os significados tornam-se mais escassos ou, quando presentes, desconectados do real (BAUDRILLARD, 1981), as narrativas se destacam por seu potencial de criar valores e sentidos que as pessoas possam compartilhar e em torno dos quais possam se agregar.

O grande desafio contemporâneo é encontrar pensamentos e disposições éticos para lidar com as rupturas e fragmentações atuais (RIBEIRO, 2008). Daí a importância das narrativas como força capaz de criar compartilhamentos de sentidos de realidade, reconectando pessoas a partir de seus tesouros de valores simbólicos, com coragem e personalidade para harmonizar ambientes em fragmentação e conflito.

Para explicar essa relação, recorreremos às dimensões narrativas propostas por Somers e Gibson: No centro, as narrativas ontológicas, que nos ajudam a saber

quem somos, por que e como fazemos as coisas que fazemos, nossa construção *identitária* em um enquadre temporal, geográfico e de uma estrutura social; as narrativas públicas, que se associam às formações culturais e institucionais mais amplas do que a individualidade, aproximam-se do conceito de cultura e do conceito de representações sociais; as narrativas conceituais, construídas principalmente pelos especialistas em sua tentativa de explicar o cotidiano; e, finalmente, as *metanarrativas*, grandes esquemas conceituais abstratos que visam ligar as narrativas conceituais e os atores sociais na perspectiva história ampla, os nossos paradigmas. Todas essas camadas narrativas relacionam-se e se retroalimentam, as identidades individuais são construídas em um contexto metanarrativo, suportadas ou inspiradas por narrativas conceituais e praticadas no cotidiano das narrativas públicas. Por sua vez, as *metanarrativas* constituem e são constituídas das relações vivenciadas nas demais dimensões, em uma simbiose contínua.

O estudo de caso Facebook-Cambridge Analytica nos mostra uma habilidade ímpar de olhar para as unidades que compõem o todo. Os dados e *metadados*, fragmentos sobre os quais se constrói a comunicação, foram ponto de partida para compreender perfis de indivíduos, unidades sobre a qual se constrói a cultura, como revelado no estudo. A seção 3.2.1 analisa os efeitos da sobrecarga informacional sobreposta à fragmentação como ambiente ideal para a proliferação de práticas comunicacionais potencialmente danosas à construção e consenso coletivo sobre o futuro.

A contextualização prévia da pós-modernidade traz a contribuição sobre a crescente individualização e também dos excessos. Mostra uma lógica de quebrar o todo para dar conta de um, do si, este mais móvel, flexível, líquido. A lógica fragmentária da contemporaneidade foi extrapolada no experimento da Cambridge Analytica. A narrativa ontológica, portanto, foi o foco principal de ação para compreensão do perfil (dentro da Perspectiva O.C.E.A.N, por exemplo) e de indução à ação. Tal ação, embora traga pronunciada efetividade no engajamento na ação proposta a cada indivíduo, gera o desengajamento na ação coletiva, na metanarrativa, no consenso de um mundo possível coletivo.

A seção 3.2.2 indica a demanda por significações facilitadoras, seja enquanto preconceitos, opinião pública artificial, ou mesmo como alimentação do viés de confirmação para aplacar a ansiedade. No caso estudado a retrotopia fica ainda mais evidente quando, sem habilidades individuais para lidar com a

quantidade de segundidades e com os laços sociais cada vez mais esgarçados, os indivíduos deixam de direcionar suas expectativas ao futuro, este incognoscível e ameaçador diante da ausência de pactos coletivos. Passa a ser o passado, décadas distante, o ideal da felicidade e das possibilidades. O futuro não é mais o que era antigamente e assim o é o passado: não mais uma lembrança imutável, mas o ideal a perseguir e a reconstruir.

Dentre os seus efeitos dessa fragmentação, surge uma cacofonia, onde não mais se diverge na opinião sobre os fatos, mas a divergência está nos “fatos” de cada um. Compreender o indivíduo a partir de múltiplas perspectivas (sociológicas, biológicas, filosóficas, psicológicas, semióticas, comunicacionais etc.) é essencial para ligar com a capacidade de significação, essencial para a ação.

Mas a concentração exclusiva nessa dimensão da narrativa, a dimensão do eu, inviabiliza não apenas a costura de nossos fragmentos em uma colcha de retalhos que nos acolha das intempéries, mas inviabiliza as tramas do tecido social como um todo.

As narrativas exigem um tempo para consolidar a comunicação e nisso a semiótica peirceana volta a contribuir: os processos de significação e compartilhamento que estabelecem a *terceiridade* é que constituem as narrativas, vivenciadas nessas dimensões. O processo exige momentos de informação, entendimento, ação e transformação. Entre o incômodo da ostra com o grão de areia (conflito com a realidade, *segundidade*) e a produção da pérola (elaboração, significação) é percorrida essa trajetória. Um conflito com a realidade é sempre um afeto, positivo ou negativo (SPINOZA, 2011).

A assimilação do afeto para a produção de novas significações é o campo das novas narrativas (NASSAR; RIBEIRO, 2012). Santo Agostinho, em suas Confissões (1997, p. 161), propõe que “não é exato falar de três tempos - passado, presente e futuro. Seria talvez mais justo dizer que os tempos são três, isto é, o presente dos fatos passados, o presente dos fatos presentes, o presente dos fatos futuros”. Ao que Nassar nos complementa com o exemplo do Deus Jano

os romanos, sabiamente, escolheram o deus Jano para abrir cada novo ano. Com dois rostos, dispostos simetricamente em sua cabeça, ele inaugurava as novidades sem desprezar aquelas que haviam se transformado em passado. **O recado para nós é claro: a tradição, a experiência, o passado encerram as bases do presente e do futuro. Sem o passado, perdemos o sentido da vida.** (grifo nosso) (NASSAR, 2007, p.182)

O que se compreende, portanto, é uma relação triádica também na nossa ideia de tempo e na “flecha do tempo”, o sentido que damos a ele, enquanto ato narrativo, ou seja, enquanto ação no tempo e espaço: passado, presente e futuro existe apenas como uma relação contínua, e não isoladamente. Portanto, atua enquanto uma narrativa integrada em si. É essa capacidade de integrar a narrativa atribuindo sentido ao tempo que se compromete no contexto ora apresentado. Como aponta o psiquiatra italiano Mauro Maldonato “o processo de desmaterialização e dessimbolização que atinge o espaço contemporâneo, fala de si num tempo fragmentado, descontínuo” (2014, p. 114). Um tempo com sua narrativa em fragmentos, que não mais atribui um sentido (direcional e de significação) à caminhada. As contínuas e aceleradas mudanças tecnológicas e seus efeitos, a saturação de informações, a fragmentação e o enfraquecimento dos laços sociais exigem novas formas de comunicação, que integrem os públicos, gerem oportunidades e novas formas de construção de valor, resolvendo as contradições do próprio campo e também contribuindo para a solução dos desafios globais.

Cada vez mais acessível e pulverizada, a produção e disseminação da comunicação carece de significações narrativas. Não no sentido de controlar e centralizar, mas de combater a entropia, a banalização, a segregação e a intensificação da perda de sentidos. Mais que engajar, narrativas aumentam a potência de ação das pessoas, a autonomia e, com isso, as oportunidades dos contextos. O processo de engajamento através das narrativas deve ser um processo de empoderamento. Isso é evidenciado no presente estudo a partir da concentração das ações do Facebook nos âmbitos da metanarrativa, narrativa conceitual e narrativa pública. A narrativa ativa é o fluxo entre todas as dimensões da narrativa. Do ontológico que se compreende, vende a segundidade e ganha potência de ação na significação, até o paradigma que se forma a partir das relações sociais experimentadas em todas as dimensões. O estudo da narrativa ativa é, pois, um estudo sobre comunicação, sobre potência de ação, acesso a oportunidades e espaços de relação. É sobre a viabilização a um futuro, mais que sobre sua assimilação eufórica ou negação. Uma viabilização que se constrói no compartilhamento de terceiridades, no tempo e espaço das significações necessárias para vencer os choques, individual e coletivamente.

Falamos sobre a retrotopia, uma negação à negação da utopia de Thomas Moore, e de uma pós-modernidade que, em muitos aspectos, se assemelha às

distopias da ficção científica - construções narrativas baseadas em uma extrapolação acelerada das possibilidades latentes no presente (LE GUIN, 2010) –, e que é, em si, um período de aceleração e de bombardeio de possibilidades latentes e desdobramentos possíveis. Contudo, há que se pensar numa utopia alternativa.

No sentido que nos aponta Eduardo Galeano, ao dizer que a utopia “está no horizonte. Me aproximo dois passos, ela se distancia dois passos. Caminho dez passos e o horizonte se corre dez passos mais adiante. Por mais que eu caminhe, nunca a alcançarei. Para que serve a utopia? Para isso serve: para caminhar” (1993, p. 310, tradução livre da autora). Uma utopia de reintegração narrativa que reconcilie passado (história e memória), presente (experiência e comunicação) e futuro (autoestima, significação compartilhada), fazendo-nos caminhar. “Nunca falo da utopia como uma impossibilidade que, às vezes, pode dar certo. Menos ainda, jamais falo da utopia como refúgio dos que não atuam ou como inalcançável pronúncia de quem apenas devaneia”, diz Paulo Freire (2014). “Falo da utopia, pelo contrário, como necessidade fundamental do ser humano. Faz parte da sua natureza, histórica e socialmente se constituindo”, complementa. O educador pernambucano defende que somos “seres programados para aprender” (ibidem) – em outras palavras, seres em processo de semiose, seres em atos narrativos no tempo e espaço – e que produzimos nossa subjetividade na relação dialético-contraditória com a realidade, assumindo “o papel de sujeito e não apenas objetos das transformações do mundo” (ibidem, p. 45). É nesse processo que “O futuro deixa, então, de ser inexorável e passa a ser o que historicamente é: problemático” (ibidem, p. 45).

Em meio a estes cenários, os comunicadores devem atuar como mediadores dos conflitos contemporâneos que surgem rapidamente e que precisam ser significados, libertando as pessoas do choque e reconduzindo-as à fluidez. Mediadores no sentido de facilitadores de significações que organizem os choques nos confrontos com a realidade. Compreender as narrativas ao estabelecer relações é pactuar um mundo possível e desejável, capaz de integrar pessoas e, uma vez mais – como a cada dia – assegurarmos não apenas o fluxo, mas a perenidade dos processos vitais da humanidade.

As interações humanas são encontros com a realidade, geram sentidos e afetos, que podem ou não estar integrados. A comunicação social deve gerar fluxos,

aumentos de potência de ação no estágio ontológico com direcionamento para as metanarrativas.

Com este estudo foram explorados conceitos recentes, situações atuais e interfaces transdisciplinares. Não se esgotam aqui os assuntos propostos, mas se organizam diálogos entre conceitos para que esta e outros pesquisadores sejam também impulsionados em mais investigações e antevisões de uma sociedade complexa. Em conteúdo e em forma, este trabalho compreende que um galo sozinho não tece uma manhã. Pretende-se assim como uma celebração ao que foi tecido e apanhado até aqui e um convite para que se leve adiante: discutindo os pontos estudados na realidade brasileira e suas mais recentes eleições e avançando na compreensão de plataformas, mídias e indicadores que continuam a se transformar.

REFERÊNCIAS

- ABEYTA, A.; ROUTLEDGE, C.; JUHL, J. Looking back to move forward: Nostalgia as a psychological resource for promoting relationship goals and overcoming relationship challenges. **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol. 109, pp. 1029-1044, 2015. Disponível em <doi: 10.1037/pspi0000036>. Acesso em 14 ago.
- ADAMS, Tim. Look back in joy: the power of nostalgia. **The Guardian**, Londres, 09 nov. 2014. Disponível em < <https://www.theguardian.com/society/2014/nov/09/look-back-in-joy-the-power-of-nostalgia>>. Acesso em 14 ago. 2017.
- AGOSTINHO, Santo. **As confissões**. São Paulo: Edameris, 1964
- ALBRIGHT, Jonathan. The Graph API: Key Points in the Facebook and Cambridge Analytica Debacle. **Medium**, Nova Iorque, 20 mar. 2018. Acesso em: 11 ago. 2018.
- ALVES, Rubens. **Ostra feliz não faz pérola**. São Paulo : Editora Planeta do Brasil, 2008.
- ARENDT, Hannah. **As origens do totalitarismo**: antissemitismo, imperialismo, totalitarismo. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- ARENDT, Hannah. **Eichmann em Jerusalém**: Um relato sobre a banalidade do mal. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. 6.ed.São Paulo: Perspectiva, 2009.
- AUGÉ, Marc. **Não Lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.
- ASIMOV, Isaac. **Fundação**. São Paulo: Aleph, 2014.
- APEL, Karl-Otto. **Transformação da Filosofia**. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- BARBOSA, Marialva Carlos. Comunicação e História: Presente e passado em atos narrativos. In **Comunicação, Mídia e Consumo**: Escola Superior de Propaganda e Marketing. São Paulo, v.6, n. 16, jul. de 2009.
- BARTHES, Roland. **Análise estrutural da narrativa**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.
- BATAILLE, Georges. **O nascimento da arte**. Lisboa: Sistema Solar, 2016.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: ed. Relógio D'água, 1981.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008a.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008b.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida em fragmentos**: sobre a ética pós-moderna. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. Comunicação Líquida. Leeds: 2014. **Comunicação Empresarial**, São Paulo, ano 24, n.93, p. 10-20, 2014. Entrevista concedida a Nara Almeida.

BAUMAN, Zygmunt. "Estamos num estado de interregno. Vivemos na modernidade líquida". **Globo News**, Rio de Janeiro, 29 abr. 2016. Disponível em: <<https://www.fronteras.com/entrevistas/a-fluidez-do-mundo-liquido-de-zygmunt-bauman>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

BAUMAN, Zygmunt. Sintomas em busca de um objeto e de um nome. In: **O grande retrocesso**. Lisboa: Editora Objectiva, 2017a.

BAUMAN, Zygmunt. **Retrotopia**. Barcelona: Espasa Libros, 2017b.

BENDASSOLLI, Pedro Fernando. **Trabalho e identidade em tempos sombrios**. São Paulo: Ideias & Letras, 2007.

BERGMAN, Mats. **Experience, purpose, and the value of vagueness: On C. S. Peirce's contribution to the philosophy of communication**. 2009. Disponível em: <http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/419520/mod_resource/content/1/Pierce%20and%20Communication.pdf> Acesso em: 14 jul. 2016.

BERGSON, Henri. **A energia espiritual**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das letras, 1986.

BIRYUKOV, Nikita. Could Fake News Alter the Outcome of the French Election? **NBC News**, 21 abr. 2017. Disponível em <<https://www.nbcnews.com/tech/social-media/could-fake-news-alter-outcome-french-election-n749556>>. Acesso em

BOUILLIER, Grégoire. **O convidado surpresa**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

BOX 1824. **Youth mode**: um estudo sobre liberdade. On-line: 2013. Disponível em <<https://medium.com/@box1824/youth-mode-d0466e1be491>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

BRIGATTO, Gustavo. Facebook compartilhou com Cambridge Analytica 443 mil contas do Brasil. **Valor Econômico**, 05 abr. 2018. Disponível em <<https://www.valor.com.br/empresas/5432807/facebook-compartilhou-com-cambridge-analytica-443-mil-contas-do-brasil>>. Acesso em 12 jul. 2018.

BROWNSTEIN, Ronald. Trump's Rhetoric of White Nostalgia. **The Atlantic**, Boston, 2 jun. 2016. Disponível em <<https://www.theatlantic./politics/archive/2016/06/trumps-rhetoric-of-white-nostalgia/485192/>>. Acesso em: 13 jul. 2018.

BRUNER, Jerome. **A cultura da educação**. Porto Alegre, Artes Médicas, 2001.

BUCCI, Eugênio. "Fake news": o tamanho da encrenca. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 09 nov. 2017. Disponível em <<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-o-tamanho-da-encrenca,70002077452>> . Acesso em: 18 jul. 2018.

CAETANO, Juliana. Semiose e colaboratividade: um estudo sobre as narrativas transmidiáticas. **Semeiosis: semiótica e transdisciplinaridade** em revista, set. 2013. Disponível em: <<http://www.semeiosis.com.br/u/69>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

CANCLINI, Néstor García. Consumo, Acesso e Sociabilidade. **Comunicação, Mídia e Consumo**: Escola Superior de Propaganda e Marketing. São Paulo, v.6, n. 16., julho de 2009.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CADWALLADR, Carole. 'I made Steve Bannon's psychological warfare tool': meet the data war whistleblower. **The Guardian**, Londres, 18 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

CADWALLADR, Carole; GRAHAM-HARRISON, Emma. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. **The Guardian**, Londres, 17 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

CARRO, Rodrigo. Urban Brasil. **Digital News Report**, 2018. Disponível em <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/brazil-2018/>>. Acesso em 13 ago. 2018.

CHARLEAUX, João Paulo. O que foram as jornadas de Junho de 2013. E no que elas deram. **NEXO**, São Paulo 17 jun. 2017. Disponível em <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/06/17/O-que-foram-afinal-as-Jornadas-de-Junho-de-2013.-E-no-que-elas-deram>>. Acesso em 12 jul. 2018.

CHEUG, Wing-Yee et al. Collective Nostalgia Is Associated With Stronger Outgroup-Directed Anger and Participation in Ingroup-Favoring Collective Action. **Journal of**

Social and Political Psychology. vol. 5, n. 2, 2017. Disponível em < <https://jspp.psychopen.eu/article/view/697/html> >. Acesso em 13 mai. 2017.

CNN. **Facebook whistleblower**: We tested Trump slogans in 2014. 2018. Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=_loOgecLlrU > . Acesso em 11 go. 2018.

COELHO, Taysa. 10 fatos sobre o uso de redes sociais no Brasil que você precisa saber. **TechTudo**, 09 fev. 2018. Disponível em < <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/02/10-fatos-sobre-o-uso-de-redes-sociais-no-brasil-que-voce-precisa-saber.qhtml> >. Acesso em 11 jul. 2018.

COELHO NETTO, José Teixeira. **Moderno pós moderno**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

COELHO NETTO, José. Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo, Editora Perspectiva, 2007.

COUTO, Mia. As histórias que nos colocam na mesma página. São Paulo: 2015. **Comunicação Empresarial**, São Paulo, a. 25, n.94, p. 10-15, 2015. Entrevista concedida a Nara Almeida.

CUKIER, Kenneth. The data deluge. **The Economist**, Londres, 25 fev. 2010. Disponível em < <https://www.economist.com/leaders/2010/02/25/the-data-deluge> >. Acesso em 14 mar. 2018.

DARWIN, Charles. **A expressão das emoções no homem e nos animais**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DAVENPORT, Thomas H.; BECK, John C. **A economia da atenção**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DAWKINS, Richard. Transmissão de valores. **Comunicação Empresarial**, São Paulo, ano 25, n.96, p. 88-90, 2016. Entrevista concedida a Nara Almeida.

DIAMANDIS, Peter; KOTLER, Steven. **Abundância**: o futuro é melhor do que você imagina. São Paulo: HSM Editora, 2012.

E-MARKETER. **Average Time Spent per Day with Facebook, Instagram and Snapchat by US Adult Users of Each Platform, 2014-2019 (minutes)**. E-Marketer Chart, 15 set. 2017. Disponível em: < <http://www.emarketer.com/Chart/Average-Time-Spent-per-Day-with-Facebook-Instagram-Snapchat-by-US-Adult-Users-of-Each-Platform-2014-2019-minutes/211521> >. Acesso em: 28 jul. 2018.

ECO, Umberto. Umberto Eco: “Informação demais faz mal”. São Paulo: 2013. **Época**, São Paulo, 2013. Entrevista concedida a Luís Antônio Giron.

EDELMAN, Richard. O Davi de todos os Golias. **ORGANICOM**, São Paulo, ano 13,

n.24, p. 166-173, 1º sem. 2016. Entrevista concedida a Nara Almeida, Paulo Nassar e Luiz Alberto de Farias. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139326/134667>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Global Nostalgia Marketing**: Strategy briefing. 2012. Disponível em : < <https://www.euromonitor.com/global-nostalgia-marketing/report>>. Acesso em: 03 set. 2017.

FACEBOOK. **F8 2014**: Stability for Developers & More Control for People. California, 30 abr. 2014a. Disponível em: < <https://newsroom.fb.com/news/2014/04/f8-2014-stability-for-developers-and-more-control-for-people-in-apps/>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

FACEBOOK. **Introducing Facebook's network audience**. California, 30 abr. 2014b. Disponível em: < <https://www.facebook.com/business/news/audience-network>> . Acesso em: 11 ago. 2018.

FACEBOOK. **Facebook Q2 2018 Results**. Palo Alto: Facebook, 2018. Disponível em: <https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2018/Q2/Q2-2018-Earnings-Presentation.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2018.

FACEBOOK. **Choose your audience**: Connect to the people who will love your business. California, 2018b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/products/ads/ad-targeting>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

FARIAS, Luiz Alberto de. **A literatura de relações públicas**: produção, consumo e perspectivas. 2004.

FARIAS, Luiz Alberto de. Estratégias de relacionamento com a mídia. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). **Gestão estratégica de comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008, v. 1, p. 91-104.

FARIAS, Luiz Alberto de. Opinião pública, mídias e organizações. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). **Comunicação Organizacional e estratégica**: Aportes e conceitos aplicados. São Paulo: Summus, 2016.

FELINTO, Erick. Em busca do tempo perdido. O sequestro da história na cibercultura e os desafios da teoria da mídia. São Paulo: **Matrizes**, vol. 4, n. 2, p. 43-55, 2011.

FERRY, Luc. **A sabedoria dos mitos gregos**: Aprender a viver II. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009

FLORES, Paulo. O que a Cambridge Analytica, que ajudou a eleger Trump, quer fazer no Brasil. **NEXO**, São Paulo, 07 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/12/08/O-que-a-Cambridge-Analytica-que-ajudou-a-eleger-Trump-quer-fazer-no-Brasil>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da esperança**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia dos mundos possíveis**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro, Paz e Terra. 1979.

G1. **'Pós-verdade' é eleita a palavra do ano pelo Dicionário Oxford**. Educação. 16 nov. 2016. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/pos-verdade-e-eleita-a-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.ghtml>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

GARDNER, Dan. **Risco**: a ciência e a política do medo. Rio de Janeiro: Lexikon Editora digital, 2008.

GARTNER, Heitor. **Egito e Síria**: o papel das tecnologias digitais na Primavera Árabe. Blog Relações Internacionais / Cultura Digital: Os usos da internet nos processos de transformação política e cultural – PUC-SP. 17 jun. 2013. Disponível em: <<http://blog.pucsp.br/culturadigitalri/?p=84>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

GENETTE, Gérard. Fronteiras da Narrativa. In: **Análise Estrutural da Narrativa**. _____; BRATHES, R.; GREIMAS, A. J.; BREMOND, C.; ECO, U. GRITTI, J.; MORIN, V.; METZ, C.; TODOROV, T. Ed. Vozes: Rio de Janeiro, 1976. p. 255- 274

GIANNETTI, Eduardo. O paradoxo da aceleração do tempo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 16 abr. 1998. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq16049816.htm>>. Acesso em: 07 mar. 2018.

GIANNETTI, Eduardo. **O valor do amanhã**: ensaio sobre a natureza dos juro. São Paulo, Companhia das Letras, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GLEISER, Marcelo. **A ilha do conhecimento**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

GOEL, Vindu. Facebook rolls out its version of trending topics. **The New York Times**, Nova Iorque, 16 jan. 2014. Disponível em <https://bits.blogs.nytimes.com/2014/01/16/facebook-rolls-out-its-version-of-trending-topics/?_php=true&_type=blogs&_r=1>. Acesso em 28 jul. 2018.

GOMES, Helton Simões. Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE. **G1**, 21 fev. 2018. Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em 11 jul. 2018.

GOOGLE. **Resultado de busca do termo *big data* na Google Trends**. Google, 2018. Disponível em: <<https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=BR&q=big%20data>>. Acesso em: 25 de julho de 2018.

GRAGNANI, Juliana. Exclusivo: investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil. BBC, Londres, 08 dez. 2017. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>>. Acesso em 20 jul. 2018.

GREENFIELD, Patrick. The Cambridge Analytica files: the story so far. **The Guardian**, Londres, 26 mar. 2018. <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/26/the-cambridge-analytica-files-the-story-so-far>>. Acesso em 07 abr. 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017a.

HAN, Byung-Chul. **Psychopolitics: Neoliberalism and new Technologies of power**. Londres: Verso, 2017b.

HAN, Byung-Chul. “Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização”. **El País**, Barcelona, 07 fev. 2018. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html>. Acesso em: 07 mar. 2018.

HARARI, Yuval Noah. **De animais a deuses: uma breve história da humanidade**. Argentina, 2014.

HARARI, Yuval Noah. **Homo deus: uma breve história do amanhã**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**. Petrópolis: Vozes, 1988.

HELLER, Agnes. **Teorias da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira., 1993.

HEPPER, E. G. et al. Odyssey's end: lay conceptions of nostalgia reflect its original Homeric meaning. **Emotion**, Washington D. C. p. 102-119, fev. 2012. Disponível em <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21859192>>. Acesso em 14 ago. 2017.

HONG, Theresa. **Meet the woman who wrote @realDonaldTrump's campaign Facebook posts - and the tech firm that helped him get elected**. Mensagem em vídeo postada pela BBC Stories na rede social Twitter em 13 ago. 2017; 08:18. Disponível em: <<https://twitter.com/bbcstories/status/896752720522100742>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

IZQUIERDO, Iván. **Tempo de Viver**. São Leopoldo: UNISINOS, 2006.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2015.

KELLY, Kevin. **Como a inteligência artificial pode provocar uma segunda Revolução Industrial**. TEDSummit. Alberta: TED, 2016. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/kevin_kelly_how_ai_can_bring_on_a_second_industrial_revolution/transcript?language=pt-br>. Acesso em: 20 jul. 2018.

KRZYZANOWSKI, Rosaly Favero; TARUHN, Rosane. **Biblioteca eletrônica de revistas científicas internacionais: projeto de consórcio**. *Ci. Inf* [online]. 1998, vol.27, n.2. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ci/v27n2/rosaly2.pdf>> Acesso em: 14 de jul. de 2018.

LAPOWSKI, Issie. Facebook exposed 87 million users to Cambridge Analytica. **Wired**, 04 abr. 2018. Disponível em <<https://www.wired.com/story/facebook-exposed-87-million-users-to-cambridge-analytica/>>. Acesso em 28 jul. 2018.

LARSON, Selena. Facebook shows you what you want to see post-election. **CNN**, São Francisco, 9 nov. 2016. Disponível em < <https://money.cnn.com/2016/11/09/technology/filter-bubbles-facebook-election/index.html>> .

LEITE, Francisco Tarciso. **Metodologia Científica**: métodos e técnicas de pesquisa: monografias, dissertações, teses e livros. Aparecida: Ideias & Letras, 2008.

LE MOS, Else. Metodologia da pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas: uma abordagem prática. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). **Comunicação Organizacional e estratégica**: Aportes e conceitos aplicados. São Paulo: Summus, 2016.

LEWIS, Paul; HILDER, Paul. Former Cambridge Analytica exec says she wants lies to stop. **The Guardian**, Londres, 23 mar. 2018. Disponível em < <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/23/former-cambridge-analytica-executive-brittany-kaiser-wants-to-stop-lies>>. Acesso em 20 jul. 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LISZKA J.J. **A general introduction to the semeiotic of Charles Sanders Peirce**. Bloomington and Indianapolis: Indiana Univ. Press. 1996.

LUEPNITZ, Deborah Anna. **Os porcos-espinhos de Schopenhauer**: A intimidade e seus dilemas. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

MACHADO, André. Estudo da EMC prevê que volume de dados virtuais armazenados será seis vezes maior em 2020. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 abr. 2014. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/estudo-da-emc-preve-que-volume-de-dados-virtuais-armazenados-sera-seis-vezes-maior-em-2020-12147682#ixzz5PCsuWG7g>>. Acesso em 21 mai. 2018.

MALDONATO, Mauro. **Passagens de tempo**. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2012.

MALDONATO, Mauro. **A subversão do ser**: identidade, mundo, tempo, espaço: fenomenologia de uma mutação. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2014.

MAFFESOLI, Michel. **Saturação**. São Paulo: Iluminuras, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús Martín. Diversidade e convergência. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n.2, p.15-33, jul./dez. 2014.

MARR, Bernard. How much data do we create every day? The mind-blowing stats everyone should read. **Forbes**, 21 mai. 2018. Disponível em <<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/05/21/how-much-data-do-we-create-every-day-the-mind-blowing-stats-everyone-should-read/#4e85f9f960ba>>. Acesso em 27 mai. 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEYER, Christopher; KIRBY, Julia. Runaway Capitalism. **Harvard Business Review**. Massachusetts: 2012. Disponível em: < <https://hbr.org/2012/01/runaway-capitalism>>. Acesso em 28 jul. 2018.

MIRANDA, Danilo Santos de. Imergindo no futuro. In: In NOVAES, Adauto. **Mutações**: o futuro não é mais o que era. São Paulo: Edições SESC SP, 2013.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

MORIN, Edgard; VIVERET, Patrick. **Como viver em tempos de Crise?** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2015.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural/UNESP, 2003

NASDAQ. **Historical Stock Prices**: company Facebook. Quotes. Nasdaq, 2018. Disponível em: <<https://www.nasdaq.com/symbol/fb/historical>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

NASSAR, Paulo. **Relações Públicas na construção da responsabilidade**

histórica e no resgate da memória institucional das organizações. 2.ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

NASSAR, Paulo. **Liberdade para o Net-Jornalismo.** Terra Magazine, 11. Dez. NASSAR, Paulo. Conceitos e processos de comunicação organizacional. In: 2010. Disponível em <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4837848-EI6786,00.html> . Acesso em: 30 jul. 2011.

NASSAR, Paulo. O Brasil visto de Fora. In CAMARGO, Ricardo Zagallo (org). Brasil: Múltiplas identidades. São Paulo: Alameda, 2014.

NASSAR, Paulo. Novas Narrativas e memória: olhares epistemológicos. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). Comunicação Organizacional e estratégica: Aportes e conceitos aplicados. São Paulo: Summus, 2016.

NASSAR, Paulo; RIBEIRO, Emiliana. Velhas e novas narrativas. In **Estética.** São Paulo, nº 9, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://citrus.uspnet.usp.br/estetica/index.php/artigo-6-revista-8>>. Acesso em: 05 abr. 2017.

NEWTON, Casey. 'Time well spent' is shaping up do be the tech's next big debate: A war of words. **The Verge**, 17 jan. 2018. Disponível em <<https://www.theverge.com/2018/1/17/16903844/time-well-spent-facebook-tristan-harris-mark-zuckerberg>>. Acesso em 20 jul. 2018.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In **Projeto História**, nº 10, dezembro de 1993.

NÖTH, Winfried. A teoria da comunicação de Charles S. Peirce e os equívocos de Ciro Marcondes Filho. **Galáxia.** São Paulo, Online, n. 25, p. 10-23, jun. 2013

NÖTH, Winfried. **Charles S. Peirce's Theory of Information:** A Theory of the Growth of Symbols and of Knowledge. 2009. Disponível em: <http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/1058612/mod_resource/content/1/Charles%20S.%20Peirce%E2%80%99s%20Theory%20of%20Information.pdf> Acesso em: 14 jul. 2016.

NOVAES, Adauto. Mundos possíveis. In NOVAES, Adauto. **Mutações:** o futuro não é mais o que era. São Paulo: Edições SESC SP, 2013.

NUÑEZ, Michael. **Former Facebook Workers:** We Routinely Suppressed Conservative News. Gizmodo, 9 mai. 2016. Disponível em: <<https://gizmodo.com/former-facebook-workers-we-routinely-suppressed-conser-1775461006>> .

OLIVEIRA, Maxwell F. **Metodologia científica:** um manual para a realização de pesquisas em Administração. Catalão: UFG, 2011.

ORTELLADO, Pablo. Pablo Ortellado: Brasil esteve na 'vanguarda' das fake News. **Veja**, São Paulo, 11 mai. 2018. Disponível em < <https://veja.abril.com.br/tveja/em->

pauta/pablo-ortellado-brasil-esteve-na-vanguarda-das-fake-news/ >. Acesso em 20 jul. 2018.

PEIRCE, C. S. C. Hartshorne & P. Weiss (Vols. 1–6), & A. Burks (Vols. 7–8). **Collected papers of Charles S. Peirce** (CP) (8 vols). Cambridge, MA: Harvard University Press, 1931-1958.

PEIRCE, C. S. C. S. Hardwick (Ed.), **Semiotic and signifiics: The correspondence between Charles S. Peirce and Victoria Lady Welby** (SS). Bloomington: Indiana University Press, 1997.

PEIRCE, C. S C.; N. Houser; C. Kloesel (vol. 1), The Peirce Edition Project (vol. 2)(Eds.), **The essential Peirce: Selected philosophical writings** (EP) (2 vols.) Bloomington: Indiana University Press, 1992-1998.

RANADIVE, Ameet; GINSBERG, David. New Tools to Manage Your Time on Facebook and Instagram. **Facebook**, Palo Alto, 01 ago. 2018. Disponível em <<https://newsroom.fb.com/news/2018/08/manage-your-time/>>. Acesso 19 ago. 2018.

REINSEL, David; GANTZ, John; RYDNING, John. Data Age 2025: **The evolution of data to life-critical**. IDC, 2017. Disponível em: <<https://www.seagate.com/www-content/our-story/trends/files/Seagate-WP-DataAge2025-March-2017.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2018.

REUTERS INSTITUTE for the Study of Journalism. **Reuters Institute Digital News Report 2016**. Oxford: 2016. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016/>>. Acesso em 20 jul. 2018.

RIBEIRO, Emiliana Pomarico. **Micronarrativas como estratégia de comunicação interna**. São Paulo: E. P. Ribeiro, 2014.

RIBEIRO, Renato Janine. Entrevista: ética ou o fim do mundo. **ORGANICOM**, São Paulo, ano 5, n. 8, p. 160-169, 1º sem. 2008.

ROMANINI, Vinicius. **A contribuição de Peirce para a Teoria da Comunicação**. S.d. Disponível em: <<http://disciplinas.stoa.usp.br/mod/resource/view.php?id=165278>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

ROMANINI, Vinicius. A cifra que se revela. alguns apontamentos biográficos e bibliográficos para tornar mais clara a importância da obra de Peirce para a moderna pesquisa em Comunicação. **Caligrama**: Revista de Estudos e Pesquisas em Linguagem e Mídia, São Paulo, 2005.

ROMM, Cari. American are more afraid from robots than deaph:Technophobia, quantified. **The Atlantic**. Boston, 16 out. 2015. Disponível em: <<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2015/10/americans-are-more-afraid-of-robots-than-death/410929/>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

ROSSET, Clémet. **O real e seu duplo**: ensaio sobre a ilusão. Rio de Janeiro: José

Olympio, 2008.

ROUTLEDGE, Clay et al. Using the Past to Promote a Peaceful Future: Nostalgia Proneness Mitigates Existential Threat Induced Nationalistic Self-Sacrifice. **Social Psychology**, vol. 45, pp. 339-346, 2014. Disponível em <<https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000172>> . Acesso em 14 ago. 2017.

SANGER-KATZ. When was America Greatest. **The New York Times**, Nova Iorque, 16 abr. 2016. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2016/04/26/upshot/when-was-america-greatest.html>>. Acesso em 20 jul. 2018.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**, São Paulo: Brasiliense, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo**, São Paulo: Paulus, 2005.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação & semiótica**. São Paulo: Hacker, 2004.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SCHMIDHUBER, Jürgen. **New Millennium AI and the convergence of history**: Update of 2012. Disponível em <<http://people.idsia.ch/~juergen/newmillenniumai2012.pdf>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: EDUSP, 1975.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter**. Rio de Janeiro. Record, 2009.

SHAKYA, Holly B.; CHRISTAKIS, Nicholas A. association of facebook use with compromised well-being: a longitudinal study. **American Journal of Epidemiology**, Volume 185, número 3, 1 fev. 2017. Disponível em: <<https://academic.oup.com/aje/article/185/3/203/2915143>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

SHANE, Scott; GOEL, Vinu. Fake Russian Facebook Accounts Bought \$100,000 in Political Ads. **The New York Times**, Nova Iorque, 06 set. 2017. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2017/09/06/technology/facebook-russian-political-ads.html?module=Uisil>> Acesso em: 17 ago. 2018.

SHAW, Jessica M. How Facebook's \$120 billion loss ranks among the biggest one-day stock disasters. **Market Watch**, 26 jul. 2018. Disponível em: <<https://www.marketwatch.com/story/how-facebooks-120-billion-loss-ranks-among-the-biggest-one-day-stock-disasters-2018-07-26>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

SILVERMAN, Craig et al. Hyperpartisan Facebook Pages Are Publishing False And Misleading Information At An Alarming Rate. **Buzzfeed**, Toronto, 20 out. 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/partisan-fb-pages-analysis#.gy7e3PNOV>> Acesso em: 22 ago. 2018.

SILVERMAN, Craig; ALEXANDER, Lawrence. How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News. **Buzzfeed**, Toronto, 03 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo#.jgkD22xQQ>> Acesso em: 17 ago. 2018.

SOMERS, Margaret; GIBSON, Gloria. **Reclaiming the Epistemological Other: Narrative and the Social Constitution of Identity**. CSST Working Paper #94. 1993. Disponível em: <<http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/2027.42/51265/1/499.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

SOUZA, Mauro Wilton. História empresarial, mediadora do futuro. In NASSAR, Paulo, org. **Memória de empresa: história e comunicação de mãos dadas a construir o futuro das organizações**. São Paulo: Aberje, 2004. p. 89-96.

SOUZA, Mauro Wilton de. Teoria da Comunicação e gestão simbólica de processos organizacionais. KUNSCH (Org.) **Gestão estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 47-60.

SPINOZA, Benedictus de. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

STOSSEL, Scott. **Meus tempos de ansiedade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

SYMEONIDIS, Iraklis; TSORMPATZOU, Pagona; PRENEEL, Bart. **Collateral damage of Facebook Apps: an enhanced privacy scoring model**. 2015. Disponível em: <<https://eprint.iacr.org/2015/456.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

TEIXEIRA, Daniel Bustamante. As Jornadas de Junho de 2013 e a crise da democracia. **Instituto Humanitas Unisinos**, 11 jul. 2018. Disponível em <<http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/580737-as-jornadas-de-junho-de-2013-e-a-crise-da-democracia>>. Acesso em 20 jul. 2018.

THE GUARDIAN. **Cambridge Analytica whistleblower: 'We spent \$1m harvesting millions of Facebook profiles'**. 2018. Disponível em: <Cambridge Analytica whistleblower: 'We spent \$1m harvesting millions of Facebook profiles'>. Acesso em: 20 mai. 2018.

THOMSON, Nicholas; VOGELSTEIN, Fred. Inside the two years that shook Facebook—and the world. **WIRED**, California, 12 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.wired.com/story/inside-facebook-mark-zuckerberg-2-years-of-hell/>>. Acesso em: 28 mai. 2018.

TOFFLER, Alvin. **Future Shock**. New York: Bantam Books, 1990.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo da Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

UNESCO. **Media and information literacy**. 2018. Disponível em <

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>>. Acesso em 20 ago. 2018.

VOGELSTEIN, Fred. Facebook tweaks newsfeed to favor content from friends, family. **Wired**, California, 11 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.wired.com/story/facebook-tweaks-newsfeed-to-favor-content-from-friends-family/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

VULLIAMY, Elsa. Facebook 'could affect the brain in similar way to cocaine', study finds. **The Independent**, Londres, 16 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.independent.co.uk/news/science/facebook-could-affect-brain-in-similar-way-to-cocaine-study-finds-a6877236.html>> . Acesso em: 28 jul. 2018.

WALTER, Stephen. Facebook and Instagram are 'killing off our memories'. **The Telegraph**, Londres, 29 mar. 2018. Disponível em: <Facebook and Instagram are 'killing off our memories'>. Acesso em: 29 jul. 2018.

WEBER, Max. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WILLIAMS, Rhiannon. Facebook now lets you filter out painful memories. **Telegraph**, Londres, 15 out. 2015. Disponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/11931454/Facebook-now-lets-you-filter-out-painful-memories.html>>. Acesso em 27: jul. 2018.

WILSON, T. D. Information behaviour: an interdisciplinary perspective. In VAKKARI, P.; SAVOLAINEN, R.; DERVIN, B. (eds.), **Information seeking in context: Proceedings of a meeting in Finland**, Londres: Taylor Graham, 1997, p. 39-49.

WOLFF, Francis. A flecha do tempo e o rio do tempo. In NOVAES, Adauto. **Mutações: o futuro não é mais o que era**. São Paulo: Edições SESC SP, 2013.

WURMAN, R.S. **Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1991.

WURMAN, R.S. **Ansiedade de informação II: um guia para quem comunica e dá instruções**. São Paulo: Editora de Cultura, 2005.

WOLTON, Dominique. **O elogio do grande público**. São Paulo: Atica, 1996.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

WOLTON, Dominique. Dominique Wolton: “É preciso repensar a comunicação”. São Paulo: 2015. **Comunicação Empresarial**, São Paulo, ano 25, n.95, p. 10-15, 2015. Entrevista concedida a Nara Almeida.

WURMSER, Yoram. Mobile time spent 2018: Will smartphone remain ascendant? **E-Marketer**, 18 jun. 2018. Disponível em < <https://www.emarketer.com/content/mobile-time-spent-2018>>. Acesso em 11 jul. 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001

ZUCKERBERG, Mark. In Conversation With Mark Zuckerberg. Nova Iorque: 2016a. **Technomy**, Nova Iorque. Entrevista concedida a David Kirkpatrick. Disponível em <<https://technomy.com/conf/te16/videos-conversations-with-2/in-conversation-with-mark-zuckerberg/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

ZUCKERBERG, Mark. **I want to share some thoughts on Facebook and the election**. Mensagem postada pelo autor na rede social Facebook em 12 nov. 2016; 19:15. 2016b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103253901916271>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

ZUCKERBERG, Mark. Building global community. Facebook, Palo Alto, 16 fev. 2017. Disponível em < <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-global-community/10154544292806634/>>.

ZUCKERBERG, Mark. **Every year I take on a personal challenge** Mensagem postada pelo autor na rede social Facebook em 04 jan. 2018; 07:40. 2018a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103253901916271>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

ZUCKERBERG, Mark. **I want to share an update on the Cambridge Analytica situation....** Mensagem postada pelo autor na rede social Facebook em 21 mar. 2018; 12:36. 2018b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103253901916271>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

ANEXO A - LETTER FROM MARK ZUCKERBERG

Carta de Mark Zuckerberg, fundador e CEO do Facebook aos potenciais acionistas quando do IPO da companhia em 2012.

Facebook was not originally created to be a company. It was built to accomplish a social mission — to make the world more open and connected.

We think it's important that everyone who invests in Facebook understands what this mission means to us, how we make decisions and why we do the things we do. I will try to outline our approach in this letter.

At Facebook, we're inspired by technologies that have revolutionized how people spread and consume information. We often talk about inventions like the printing press and the television — by simply making communication more efficient, they led to a complete transformation of many important parts of society. They gave more people a voice. They encouraged progress. They changed the way society was organized. They brought us closer together.

Today, our society has reached another tipping point. We live at a moment when the majority of people in the world have access to the internet or mobile phones — the raw tools necessary to start sharing what they're thinking, feeling and doing with whomever they want. Facebook aspires to build the services that give people the power to share and help them once again transform many of our core institutions and industries.

There is a huge need and a huge opportunity to get everyone in the world connected, to give everyone a voice and to help transform society for the future. The scale of the technology and infrastructure that must be built is unprecedented, and we believe this is the most important problem we can focus on.

We hope to strengthen how people relate to each other.

Even if our mission sounds big, it starts small — with the relationship between two people.

Personal relationships are the fundamental unit of our society. Relationships are how we discover new ideas, understand our world and ultimately derive long-term happiness.

At Facebook, we build tools to help people connect with the people they want and share what they want, and by doing this we are extending people's capacity to

build and maintain relationships.

People sharing more — even if just with their close friends or families — creates a more open culture and leads to a better understanding of the lives and perspectives of others. We believe that this creates a greater number of stronger relationships between people, and that it helps people get exposed to a greater number of diverse perspectives.

By helping people form these connections, we hope to rewire the way people spread and consume information. We think the world's information infrastructure should resemble the social graph — a network built from the bottom up or peer-to-peer, rather than the monolithic, top-down structure that has existed to date. We also believe that giving people control over what they share is a fundamental principle of this rewiring.

We have already helped more than 900 million people map out more than 100 billion connections so far, and our goal is to help this rewiring accelerate.

We hope to improve how people connect to businesses and the economy.

We think a more open and connected world will help create a stronger economy with more authentic businesses that build better products and services. As people share more, they have access to more opinions from the people they trust about the products and services they use. This makes it easier to discover the best products and improve the quality and efficiency of their lives.

One result of making it easier to find better products is that businesses will be rewarded for building better products — ones that are personalized and designed around people. We have found that products that are “social by design” tend to be more engaging than their traditional counterparts, and we look forward to seeing more of the world's products move in this direction.

Our developer platform has already enabled hundreds of thousands of businesses to build higher-quality and more social products. We have seen disruptive new approaches in industries like games, music and news, and we expect to see similar disruption in more industries by new approaches that are social by design. In addition to building better products, a more open world will also encourage businesses to engage with their customers directly and authentically. More than four million businesses have Pages on Facebook that they use to have a dialogue with their customers. We expect this trend to grow as well.

We hope to change how people relate to their governments and social institutions.

We believe building tools to help people share can bring a more honest and transparent dialogue around government that could lead to more direct empowerment of people, more accountability for officials and better solutions to some of the biggest problems of our time.

By giving people the power to share, we are starting to see people make their voices heard on a different scale from what has historically been possible. These voices will increase in number and volume. They cannot be ignored. Over time, we expect governments will become more responsive to issues and concerns raised directly by all their people rather than through intermediaries controlled by a select few.

Through this process, we believe that leaders will emerge across all countries who are pro-internet and fight for the rights of their people, including the right to share what they want and the right to access all information that people want to share with them.

Finally, as more of the economy moves towards higher-quality products that are personalized, we also expect to see the emergence of new services that are social by design to address the large worldwide problems we face in job creation, education and health care. We look forward to doing what we can to help this progress.

Our Mission and Our Business

As I said above, Facebook was not originally founded to be a company. We've always cared primarily about our social mission, the services we're building and the people who use them. This is a different approach for a public company to take, so I want to explain why I think it works.

I started off by writing the first version of Facebook myself because it was something I wanted to exist. Since then, most of the ideas and code that have gone into Facebook have come from the great people we've attracted to our team.

Most great people care primarily about building and being a part of great things, but they also want to make money. Through the process of building a team — and also building a developer community, advertising market and investor base — I've developed a deep appreciation for how building a strong company with a strong economic engine and strong growth can be the best way to align many people to

solve important problems.

Simply put: we don't build services to make money; we make money to build better services.

And we think this is a good way to build something. These days I think more and more people want to use services from companies that believe in something beyond simply maximizing profits.

By focusing on our mission and building great services, we believe we will create the most value for our shareholders and partners over the long term — and this in turn will enable us to keep attracting the best people and building more great services. We don't wake up in the morning with the primary goal of making money, but we understand that the best way to achieve our mission is to build a strong and valuable company.

This is how we think about our IPO as well. We're going public for our employees and our investors. We made a commitment to them when we gave them equity that we'd work hard to make it worth a lot and make it liquid, and this IPO is fulfilling our commitment. As we become a public company, we're making a similar commitment to our new investors and we will work just as hard to fulfill it.

The Hacker Way

As part of building a strong company, we work hard at making Facebook the best place for great people to have a big impact on the world and learn from other great people. We have cultivated a unique culture and management approach that we call the Hacker Way.

The word "hacker" has an unfairly negative connotation from being portrayed in the media as people who break into computers. In reality, hacking just means building something quickly or testing the boundaries of what can be done. Like most things, it can be used for good or bad, but the vast majority of hackers I've met tend to be idealistic people who want to have a positive impact on the world.

The Hacker Way is an approach to building that involves continuous improvement and iteration. Hackers believe that something can always be better, and that nothing is ever complete. They just have to go fix it — often in the face of people who say it's impossible or are content with the status quo.

Hackers try to build the best services over the long term by quickly releasing and learning from smaller iterations rather than trying to get everything right all at

once. To support this, we have built a testing framework that at any given time can try out thousands of versions of Facebook. We have the words “Done is better than perfect” painted on our walls to remind ourselves to always keep shipping.

Hacking is also an inherently hands-on and active discipline. Instead of debating for days whether a new idea is possible or what the best way to build something is, hackers would rather just prototype something and see what works. There’s a hacker mantra that you’ll hear a lot around Facebook offices: “Code wins arguments.”

Hacker culture is also extremely open and meritocratic. Hackers believe that the best idea and implementation should always win — not the person who is best at lobbying for an idea or the person who manages the most people.

To encourage this approach, every few months we have a hackathon, where everyone builds prototypes for new ideas they have. At the end, the whole team gets together and looks at everything that has been built. Many of our most successful products came out of hackathons, including Timeline, chat, video, our mobile development framework and some of our most important infrastructure like the HipHop compiler.

To make sure all our engineers share this approach, we require all new engineers — even managers whose primary job will not be to write code — to go through a program called Bootcamp where they learn our codebase, our tools and our approach. There are a lot of folks in the industry who manage engineers and don’t want to code themselves, but the type of hands-on people we’re looking for are willing and able to go through Bootcamp.

The examples above all relate to engineering, but we have distilled these principles into five core values for how we run Facebook:

Focus on Impact

If we want to have the biggest impact, the best way to do this is to make sure we always focus on solving the most important problems. It sounds simple, but we think most companies do this poorly and waste a lot of time. We expect everyone at Facebook to be good at finding the biggest problems to work on.

Move Fast

Moving fast enables us to build more things and learn faster. However, as most companies grow, they slow down too much because they’re more afraid of making mistakes than they are of losing opportunities by moving too slowly. We have a

saying: “Move fast and break things.” The idea is that if you never break anything, you’re probably not moving fast enough.

Be Bold

Building great things means taking risks. This can be scary and prevents most companies from doing the bold things they should. However, in a world that’s changing so quickly, you’re guaranteed to fail if you don’t take any risks. We have another saying: “The riskiest thing is to take no risks.” We encourage everyone to make bold decisions, even if that means being wrong some of the time.

Be Open

We believe that a more open world is a better world because people with more information can make better decisions and have a greater impact. That goes for running our company as well. We work hard to make sure everyone at Facebook has access to as much information as possible about every part of the company so they can make the best decisions and have the greatest impact.

Build Social Value

Once again, Facebook exists to make the world more open and connected, and not just to build a company. We expect everyone at Facebook to focus every day on how to build real value for the world in everything they do.

Thanks for taking the time to read this letter. We believe that we have an opportunity to have an important impact on the world and build a lasting company in the process. I look forward to building something great together.

ZUCKERBERG, Mark. **Letter from Zuckemberg**. Securities and Exchange Commission (SEC) for United States of America. Archives, p. 80.83. Disponível em: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512240111/d287954d424b4.htm>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

ANEXO B – BUILDING A GLOBAL COMMUNITY

Carta de Mark Zuckerberg à comunidade global do Facebook, publicada em 16 de fevereiro de 2017, apresentando reposicionamentos da marca em diversas áreas após críticas e denúncias ao longo de 2016.

To our community,

On our journey to connect the world, we often discuss products we're building and updates on our business. Today I want to focus on the most important question of all: are we building the world we all want?

History is the story of how we've learned to come together in ever greater numbers -- from tribes to cities to nations. At each step, we built social infrastructure like communities, media and governments to empower us to achieve things we couldn't on our own.

Today we are close to taking our next step. Our greatest opportunities are now global -- like spreading prosperity and freedom, promoting peace and understanding, lifting people out of poverty, and accelerating science. Our greatest challenges also need global responses -- like ending terrorism, fighting climate change, and preventing pandemics. Progress now requires humanity coming together not just as cities or nations, but also as a global community.

This is especially important right now. Facebook stands for bringing us closer together and building a global community. When we began, this idea was not controversial. Every year, the world got more connected and this was seen as a positive trend. Yet now, across the world there are people left behind by globalization, and movements for withdrawing from global connection. There are questions about whether we can make a global community that works for everyone, and whether the path ahead is to connect more or reverse course.

This is a time when many of us around the world are reflecting on how we can have the most positive impact. I am reminded of my favorite saying about technology: "We always overestimate what we can do in two years, and we underestimate what we can do in ten years." We may not have the power to create the world we want immediately, but we can all start working on the long term today. **In times like these, the most important thing we at Facebook can do is develop the social**

infrastructure to give people the power to build a global community that works for all of us.

For the past decade, Facebook has focused on connecting friends and families. With that foundation, our next focus will be developing the social infrastructure for community -- for supporting us, for keeping us safe, for informing us, for civic engagement, and for inclusion of all.

Bringing us all together as a global community is a project bigger than any one organization or company, but Facebook can help contribute to answering these five important questions:

- How do we help people build **supportive communities** that strengthen traditional institutions in a world where membership in these institutions is declining?
- How do we help people build a **safe community** that prevents harm, helps during crises and rebuilds afterwards in a world where anyone across the world can affect us?
- How do we help people build an **informed community** that exposes us to new ideas and builds common understanding in a world where every person has a voice?
- How do we help people build a **civically-engaged community** in a world where participation in voting sometimes includes less than half our population?
- How do we help people build an **inclusive community** that reflects our collective values and common humanity from local to global levels, spanning cultures, nations and regions in a world with few examples of global communities?

My hope is that more of us will commit our energy to building the long term social infrastructure to bring humanity together. The answers to these questions won't all come from Facebook, but I believe we can play a role.

Our job at Facebook is to help people make the greatest positive impact while mitigating areas where technology and social media can contribute to divisiveness and isolation. Facebook is a work in progress, and we are dedicated to learning and improving. We take our responsibility seriously, and today I want to talk about how we plan to do our part to build this global community.

Supportive Communities

Building a global community that works for everyone starts with the millions of smaller communities and intimate social structures we turn to for our personal, emotional and spiritual needs.

Whether they're churches, sports teams, unions or other local groups, they all share important roles as social infrastructure for our communities. They provide all of us with a sense of purpose and hope; moral validation that we are needed and part of something bigger than ourselves; comfort that we are not alone and a community is looking out for us; mentorship, guidance and personal development; a safety net; values, cultural norms and accountability; social gatherings, rituals and a way to meet new people; and a way to pass time.

In our society, we have personal relationships with friends and family, and then we have institutional relationships with the governments that set the rules. A healthy society also has many layers of communities between us and government that take care of our needs. When we refer to our "social fabric", we usually mean the many mediating groups that bring us together and reinforce our values.

However, there has been a striking decline in the important social infrastructure of local communities over the past few decades. Since the 1970s, membership in some local groups has declined by as much as one-quarter, cutting across all segments of the population.

The decline raises deeper questions alongside surveys showing large percentages of our population lack a sense of hope for the future. It is possible many of our challenges are at least as much social as they are economic -- related to a lack of community and connection to something greater than ourselves. As one pastor told me: "People feel unsettled. A lot of what was settling in the past doesn't exist anymore."

Online communities are a bright spot, and we can strengthen existing physical communities by helping people come together online as well as offline. In the same way connecting with friends online strengthens real relationships, developing this infrastructure will strengthen these communities, as well as enable completely new ones to form.

A woman named Christina was diagnosed with a rare disorder called Epidermolysis Bullosa -- and now she's a member of a group that connects 2,400

people around the world so none of them have to suffer alone. A man named Matt was raising his two sons by himself and he started the Black Fathers group to help men share advice and encouragement as they raise their families. In San Diego, more than 4,000 military family members are part of a group that helps them make friends with other spouses. These communities don't just interact online. They hold get-togethers, organize dinners, and support each other in their daily lives.

We recently found that more than 100 million people on Facebook are members of what we call "very meaningful" groups. These are groups that upon joining, quickly become the most important part of our social network experience and an important part of our physical support structure. For example, many new parents tell us that joining a parenting group after having a child fits this purpose.

There is a real opportunity to connect more of us with groups that will be meaningful social infrastructure in our lives. More than one billion people are active members of Facebook groups, but most don't seek out groups on their own -- friends send invites or Facebook suggests them. If we can improve our suggestions and help connect one billion people with meaningful communities, that can strengthen our social fabric. Going forward, we will measure Facebook's progress with groups based on meaningful groups, not groups overall. This will require not only helping people connect with existing meaningful groups, but also enabling community leaders to create more meaningful groups for people to connect with.

The most successful physical communities have engaged leaders, and we've seen the same with online groups as well. In Berlin, a man named Monis Bukhari runs a group where he personally helps refugees find homes and jobs. Today, Facebook's tools for group admins are relatively simple. We plan to build more tools to empower community leaders like Monis to run and grow their groups the way they'd like, similar to what we've done with Pages.

Most communities are made of many sub-communities, and this is another clear area for developing new tools. A school, for example, is not a single community, but many smaller groups among its classes, dorms and student groups. Just as the social fabric of society is made up of many communities, each community is made of many groups of personal connections. We plan to expand groups to support sub-communities.

We can look at many activities through the lens of building community. Watching video of our favorite sports team or TV show, reading our favorite newspaper, or

playing our favorite game are not just entertainment or information but a shared experience and opportunity to bring together people who care about the same things. We can design these experiences not for passive consumption but for strengthening social connections.

Our goal is to strengthen existing communities by helping us come together online as well as offline, as well as enabling us to form completely new communities, transcending physical location. When we do this, beyond connecting online, we reinforce our physical communities by bringing us together in person to support each other.

A healthy society needs these communities to support our personal, emotional and spiritual needs. In a world where this physical social infrastructure has been declining, we have a real opportunity to help strengthen these communities and the social fabric of our society.

Safe Community

As we build a global community, this is a moment of truth. Our success isn't just based on whether we can capture videos and share them with friends. It's about whether we're building a community that helps keep us safe -- that prevents harm, helps during crises, and rebuilds afterwards.

Today's threats are increasingly global, but the infrastructure to protect us is not. Problems like terrorism, natural disasters, disease, refugee crises, and climate change need coordinated responses from a worldwide vantage point. No nation can solve them alone. A virus in one nation can quickly spread to others. A conflict in one country can create a refugee crisis across continents. Pollution in one place can affect the environment around the world. Humanity's current systems are insufficient to address these issues.

Many dedicated people join global non-profit organizations to help, but the market often fails to fund or incentivize building the necessary infrastructure. I have long expected more organizations and startups to build health and safety tools using technology, and I have been surprised by how little of what must be built has even been attempted. There is a real opportunity to build global safety infrastructure, and I have directed Facebook to invest more and more resources into serving this need. For some of these problems, the Facebook community is in a unique position to help prevent harm, assist during a crisis, or come together to rebuild afterwards. This is

because of the amount of communication across our network, our ability to quickly reach people worldwide in an emergency, and the vast scale of people's intrinsic goodness aggregated across our community.

To prevent harm, we can build social infrastructure to help our community identify problems before they happen. When someone is thinking of suicide or hurting themselves, we've built infrastructure to give their friends and community tools that could save their life. When a child goes missing, we've built infrastructure to show Amber Alerts -- and multiple children have been rescued without harm. And we've built infrastructure to work with public safety organizations around the world when we become aware of these issues. Going forward, there are even more cases where our community should be able to identify risks related to mental health, disease or crime.

To help during a crisis, we've built infrastructure like Safety Check so we can all let our friends know we're safe and check on friends who might be affected by an attack or natural disaster. Safety Check has been activated almost 500 times in two years and has already notified people that their families and friends are safe more than a billion times. When there is a disaster, governments often call us to make sure Safety Check has been activated in their countries. But there is more to build. We recently added tools to find and offer shelter, food and other resources during emergencies. Over time, our community should be able to help during wars and ongoing issues that are not limited to a single event.

To rebuild after a crisis, we've built the world's largest social infrastructure for collective action. A few years ago, after an earthquake in Nepal, the Facebook community raised \$15 million to help people recover and rebuild -- which was the largest crowdfunded relief effort in history. We saw a similar effort after the shooting at the Pulse nightclub in Orlando when people across the country organized blood donations to help victims they had never met. Similarly, we built tools so millions of people could commit to becoming organ donors to save others after accidents, and registries reported larger boosts in sign ups than ever before.

Looking ahead, one of our greatest opportunities to keep people safe is building artificial intelligence to understand more quickly and accurately what is happening across our community.

There are billions of posts, comments and messages across our services each day, and since it's impossible to review all of them, we review content once it is reported to us. There have been terribly tragic events -- like suicides, some live

streamed -- that perhaps could have been prevented if someone had realized what was happening and reported them sooner. There are cases of bullying and harassment every day, that our team must be alerted to before we can help out. These stories show we must find a way to do more.

Artificial intelligence can help provide a better approach. We are researching systems that can look at photos and videos to flag content our team should review. This is still very early in development, but we have started to have it look at some content, and it already generates about one-third of all reports to the team that reviews content for our community.

It will take many years to fully develop these systems. Right now, we're starting to explore ways to use AI to tell the difference between news stories about terrorism and actual terrorist propaganda so we can quickly remove anyone trying to use our services to recruit for a terrorist organization. This is technically difficult as it requires building AI that can read and understand news, but we need to work on this to help fight terrorism worldwide.

As we discuss keeping our community safe, it is important to emphasize that part of keeping people safe is protecting individual security and liberty. We are strong advocates of encryption and have built it into the largest messaging platforms in the world -- WhatsApp and Messenger. Keeping our community safe does not require compromising privacy. Since building end-to-end encryption into WhatsApp, we have reduced spam and malicious content by more than 75%.

The path forward is to recognize that a global community needs social infrastructure to keep us safe from threats around the world, and that our community is uniquely positioned to prevent disasters, help during crises, and rebuild afterwards. Keeping the global community safe is an important part of our mission -- and an important part of how we'll measure our progress going forward.

Informed Community

The purpose of any community is to bring people together to do things we couldn't do on our own. To do this, we need ways to share new ideas and share enough common understanding to actually work together.

Giving everyone a voice has historically been a very positive force for public discourse because it increases the diversity of ideas shared. But the past year has also shown it may fragment our shared sense of reality. It is our responsibility to

amplify the good effects and mitigate the bad -- to continue increasing diversity while strengthening our common understanding so our community can create the greatest positive impact on the world.

The two most discussed concerns this past year were about diversity of viewpoints we see (filter bubbles) and accuracy of information (fake news). I worry about these and we have studied them extensively, but I also worry there are even more powerful effects we must mitigate around sensationalism and polarization leading to a loss of common understanding.

Social media already provides more diverse viewpoints than traditional media ever has. Even if most of our friends are like us, we all know people with different interests, beliefs and backgrounds who expose us to different perspectives. Compared with getting our news from the same two or three TV networks or reading the same newspapers with their consistent editorial views, our networks on Facebook show us more diverse content.

But our goal must be to help people see a more complete picture, not just alternate perspectives. We must be careful how we do this. Research shows that some of the most obvious ideas, like showing people an article from the opposite perspective, actually deepen polarization by framing other perspectives as foreign. A more effective approach is to show a range of perspectives, let people see where their views are on a spectrum and come to a conclusion on what they think is right. Over time, our community will identify which sources provide a complete range of perspectives so that content will naturally surface more.

Accuracy of information is very important. We know there is misinformation and even outright hoax content on Facebook, and we take this very seriously. We've made progress fighting hoaxes the way we fight spam, but we have more work to do. We are proceeding carefully because there is not always a clear line between hoaxes, satire and opinion. In a free society, it's important that people have the power to share their opinion, even if others think they're wrong. Our approach will focus less on banning misinformation, and more on surfacing additional perspectives and information, including that fact checkers dispute an item's accuracy.

While we have more work to do on information diversity and misinformation, I am even more focused on the impact of sensationalism and polarization, and the idea of building common understanding.

Social media is a short-form medium where resonant messages get amplified

many times. This rewards simplicity and discourages nuance. At its best, this focuses messages and exposes people to different ideas. At its worst, it oversimplifies important topics and pushes us towards extremes.

Polarization exists in all areas of discourse, not just social media. It occurs in all groups and communities, including companies, classrooms and juries, and it's usually unrelated to politics. In the tech community, for example, discussion around AI has been oversimplified to existential fear-mongering. The harm is that sensationalism moves people away from balanced nuanced opinions towards polarized extremes.

If this continues and we lose common understanding, then even if we eliminated all misinformation, people would just emphasize different sets of facts to fit their polarized opinions. That's why I'm so worried about sensationalism in media.

Fortunately, there are clear steps we can take to correct these effects. For example, we noticed some people share stories based on sensational headlines without ever reading the story. In general, if you become less likely to share a story after reading it, that's a good sign the headline was sensational. If you're more likely to share a story after reading it, that's often a sign of good in-depth content. We recently started reducing sensationalism in News Feed by taking this into account for pieces of content, and going forward signals like this will identify sensational publishers as well. There are many steps like this we have taken and will keep taking to reduce sensationalism and help build a more informed community.

Research suggests the best solutions for improving discourse may come from getting to know each other as whole people instead of just opinions -- something Facebook may be uniquely suited to do. If we connect with people about what we have in common -- sports teams, TV shows, interests -- it is easier to have dialogue about what we disagree on. When we do this well, we give billions of people the ability to share new perspectives while mitigating the unwanted effects that come with any new medium.

A strong news industry is also critical to building an informed community. Giving people a voice is not enough without having people dedicated to uncovering new information and analyzing it. There is more we must do to support the news industry to make sure this vital social function is sustainable -- from growing local news, to developing formats best suited to mobile devices, to improving the range of business models news organizations rely on.

Connecting everyone to the internet is also necessary for building an informed community. For the majority of people around the world, the debate is not about the quality of public discourse but whether they have access to basic information they need at all, often related to health, education and jobs.

Finally, I want to emphasize that the vast majority of conversations on Facebook are social, not ideological. They're friends sharing jokes and families staying in touch across cities. They're people finding groups, whether they're new parents raising kids or newly diagnosed patients suffering from a disease together. Sometimes it's for joy, coming together around religion or sports. And sometimes it's for survival, like refugees communicating to find shelter.

Whatever your situation when you enter our community, our commitment is to continue improving our tools to give you the power to share your experience. By increasing the diversity of our ideas and strengthening our common understanding, our community can have the greatest positive impact on the world.

Civically-Engaged Community

Our society will reflect our collective values only if we engage in the civic process and participate in self-governance. There are two distinct types of social infrastructure that must be built:

The first encourages engagement in existing political processes: voting, engaging with issues and representatives, speaking out, and sometimes organizing. Only through dramatically greater engagement can we ensure these political processes reflect our values.

The second is establishing a new process for citizens worldwide to participate in collective decision-making. Our world is more connected than ever, and we face global problems that span national boundaries. As the largest global community, Facebook can explore examples of how community governance might work at scale.

The starting point for civic engagement in the existing political process is to support voting across the world. It is striking that only about half of Americans eligible to vote participate in elections. This is low compared to other countries, but democracy is receding in many countries and there is a large opportunity across the world to encourage civic participation.

In the United States election last year, we helped more than 2 million people register to vote and then go vote. This was among the largest voter turnout efforts in

history, and larger than those of both major parties combined. In every election around the world, we keep improving our tools to help more people register and vote, and we hope to eventually enable hundreds of millions of more people to vote in elections than do today, in every democratic country around the world.

Local civic engagement is a big opportunity as well as national. Today, most of us do not even know who our local representatives are, but many policies impacting our lives are local, and this is where our participation has the greatest influence. Research suggests reading local news is directly correlated with local civic engagement. This shows how building an informed community, supportive local communities, and a civically-engaged community are all related.

Beyond voting, the greatest opportunity is helping people stay engaged with the issues that matter to them every day, not just every few years at the ballot box. We can help establish direct dialogue and accountability between people and our elected leaders. In India, Prime Minister Modi has asked his ministers to share their meetings and information on Facebook so they can hear direct feedback from citizens. In Kenya, whole villages are in WhatsApp groups together, including their representatives. In recent campaigns around the world -- from India and Indonesia across Europe to the United States -- we've seen the candidate with the largest and most engaged following on Facebook usually wins. Just as TV became the primary medium for civic communication in the 1960s, social media is becoming this in the 21st century.

This creates an opportunity for us to connect with our representatives at all levels. In the last few months, we have already helped our community double the number of connections between people and our representatives by making it easier to connect with all our representatives in one click. When we connect, we can engage directly in comments and messages. For example, in Iceland, it's common to tag politicians in group discussions so they can take community issues to parliament.

Sometimes people must speak out and demonstrate for what they believe is right. From Tahrir Square to the Tea Party -- our community organizes these demonstrations using our infrastructure for events and groups. On a daily basis, people use their voices to share their views in ways that can spread around the world and grow into movements. The Women's March is an example of this, where a grandmother with an internet connection wrote a post that led her friends to start a Facebook event that eventually turned into millions of people marching in cities

around the world.

Giving people a voice is a principle our community has been committed to since we began. As we look ahead to building the social infrastructure for a global community, we will work on building new tools that encourage thoughtful civic engagement. Empowering us to use our voices will only become more important.

Inclusive Community

Building an inclusive global community requires establishing a new process for citizens worldwide to participate in community governance. I hope that we can explore examples of how collective decision-making might work at scale.

Facebook is not just technology or media, but a community of people. That means we need Community Standards that reflect our collective values for what should and should not be allowed.

In the last year, the complexity of the issues we've seen has outstripped our existing processes for governing the community. We saw this in errors taking down newsworthy videos related to Black Lives Matter and police violence, and in removing the historical Terror of War photo from Vietnam. We've seen this in misclassifying hate speech in political debates in both directions -- taking down accounts and content that should be left up and leaving up content that was hateful and should be taken down. Both the number of issues and their cultural importance has increased recently.

This has been painful for me because I often agree with those criticizing us that we're making mistakes. These mistakes are almost never because we hold ideological positions at odds with the community, but instead are operational scaling issues. Our guiding philosophy for the Community Standards is to try to reflect the cultural norms of our community. When in doubt, we always favor giving people the power to share more.

There are a few reasons for the increase in issues we've seen: cultural norms are shifting, cultures are different around the world, and people are sensitive to different things.

First, our community is evolving from its origin connecting us with family and friends to now becoming a source of news and public discourse as well. With this cultural shift, our Community Standards must adapt to permit more newsworthy and historical content, even if some is objectionable. For example, an extremely violent

video of someone dying would have been marked as disturbing and taken down. However, now that we use Live to capture the news and we post videos to protest violence, our standards must adapt. Similarly, a photo depicting any child nudity would have always been taken down -- and for good reason -- but we've now adapted our standards to allow historically important content like the Terror of War photo. These issues reflect a need to update our standards to meet evolving expectations from our community.

Second, our community spans many countries and cultures, and the norms are different in each region. It's not surprising that Europeans more frequently find fault with taking down images depicting nudity, since some European cultures are more accepting of nudity than, for example, many communities in the Middle East or Asia. With a community of almost two billion people, it is less feasible to have a single set of standards to govern the entire community so we need to evolve towards a system of more local governance.

Third, even within a given culture, we have different opinions on what we want to see and what is objectionable. I may be okay with more politically charged speech but not want to see anything sexually suggestive, while you may be okay with nudity but not want to see offensive speech. Similarly, you may want to share a violent video in a protest without worrying that you're going to bother friends who don't want to see it. And just as it's a bad experience to see objectionable content, it's also a terrible experience to be told we can't share something we feel is important. This suggests we need to evolve towards a system of personal control over our experience.

Fourth, we're operating at such a large scale that even a small percent of errors causes a large number of bad experiences. We review over one hundred million pieces of content every month, and even if our reviewers get 99% of the calls right, that's still millions of errors over time. Any system will always have some mistakes, but I believe we can do better than we are today.

I've spent a lot of time over the past year reflecting on how we can improve our community governance. Sitting here in California, we're not best positioned to identify the cultural norms around the world. Instead, we need a system where we can all contribute to setting the standards. Although this system is not fully developed, I want to share an idea of how this might work.

The guiding principles are that the Community Standards should reflect the

cultural norms of our community, that each person should see as little objectionable content as possible, and each person should be able to share what they want while being told they cannot share something as little as possible. The approach is to combine creating a large-scale democratic process to determine standards with AI to help enforce them.

The idea is to give everyone in the community options for how they would like to set the content policy for themselves. Where is your line on nudity? On violence? On graphic content? On profanity? What you decide will be your personal settings. We will periodically ask you these questions to increase participation and so you don't need to dig around to find them. For those who don't make a decision, the default will be whatever the majority of people in your region selected, like a referendum. Of course you will always be free to update your personal settings anytime.

With a broader range of controls, content will only be taken down if it is more objectionable than the most permissive options allow. Within that range, content should simply not be shown to anyone whose personal controls suggest they would not want to see it, or at least they should see a warning first. Although we will still block content based on standards and local laws, our hope is that this system of personal controls and democratic referenda should minimize restrictions on what we can share.

It's worth noting that major advances in AI are required to understand text, photos and videos to judge whether they contain hate speech, graphic violence, sexually explicit content, and more. At our current pace of research, we hope to begin handling some of these cases in 2017, but others will not be possible for many years.

Overall, it is important that the governance of our community scales with the complexity and demands of its people. We are committed to always doing better, even if that involves building a worldwide voting system to give you more voice and control. Our hope is that this model provides examples of how collective decision-making may work in other aspects of the global community.

This is an important time in the development of our global community, and it's a time when many of us around the world are reflecting on how we can have the most positive impact.

History has had many moments like today. As we've made our great leaps

from tribes to cities to nations, we have always had to build social infrastructure like communities, media and governments for us to thrive and reach the next level. At each step we learned how to come together to solve our challenges and accomplish greater things than we could alone. We have done it before and we will do it again.

I am reminded of President Lincoln's remarks during the American Civil War: "We can succeed only by concert. It is not 'can any of us imagine better?' but, 'can we all do better?' The dogmas of the quiet past, are inadequate to the stormy present. The occasion is piled high with difficulty, and we must rise with the occasion. As our case is new, so we must think anew, act anew."

There are many of us who stand for bringing people together and connecting the world. I hope we have the focus to take the long view and build the new social infrastructure to create the world we want for generations to come.

It's an honor to be on this journey with you. Thank you for being part of this community, and thanks for everything you do to make the world more open and connected.

Mark

ZUCKERBERG, Mark. **Building global community**. Facebook, Palo Alto, 16 fev. 2017. Disponível em: < <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-global-community/10154544292806634/>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

ANEXO C - TRANSIÇÃO DA ENTREVISTA CAMBRIDGE ANALYTICA WHISTLEBLOWER: 'WE SPENT \$1M HARVESTING MILLIONS OF FACEBOOK PROFILES'

Entrevista concedida por Christopher Wylie ao jornal The Guardian, publicada em 17 de março de 2018.

Pergunta: How do you feel about your own involvement in this now? I mean, do you feel responsible for what happened?

Resposta: *Uhm ... Yeah, I do. I do feel responsible for it. And it's something that I regret and that's partly why I'm here talking to you. So that I can talk to... So that people can know about what this company does, what this company is. Throughout history you have examples of grossly unethical experiments...*

P: And is that what this was?

R: *I think that, you know, yes. It was a grossly unethical experiment because you are playing with an entire country, the psychology of an entire country without their consent or awareness. And not only are you like playing with the psychology of an entire nation, you're playing with the psychology of an entire nation in the context of the democratic process.*

My name is Christopher Wylie, I'm a data scientist and I help set up Cambridge Analytica.

It's incorrect to call Cambridge Analytica a purely sort of data science company or an algorithm company. It is a full service propaganda machine. If you can control all the streams of information around your opponents, you can influence how they perceive that battle space and you can then influence how they're going to behave and react.

Alexander Nix, where do I begin? He is not the easiest person to work for, he's ambitious. He cares more, I think, about winning than what we actually did at the company. He's an upper-class Etonian who expects people to follow him wherever he goes. When I first met him I knew he was Steve, from America. And then later I got told that he was the editor of Breitbart. I'd heard of Breitbart, you know it's the blog for angry white men to rant about whatever. Steve Bannon saw himself as an intellectual. We would need to sort of present ourselves in a way that was more academic, more academic, more sort of ideas focused and all that. Alexander

realized that we needed a Cambridge site. So we set up a fake office in Cambridge and whenever Steve would come we would bring a bunch of people from the London office, plop them into the Cambridge office and give Steve the impression that we had a lot of our operations based out of the University. We changed how he perceived who we are and what we were doing and it was his idea, Steve's idea, to give the company the name Cambridge Analytica. This sort of warped perception is infused into the name Cambridge Analytica itself.

P: So you psyops'd Steve Bannon basically?

R: *In a way. He was a target audience of one.*

P: And you changed his perception of reality?

R: *And we changed his perception of who we were and what we were doing and what the situation he was in, yeah.*

P: And then from there, it was like, you took that, to then America to change the perception of reality for America?

R: *Yes. The reason why he was interested in this is because he follows this idea of the Brietbart doctrine, which is that, if you want to change politics you first have to change culture because politics flows from culture and so what I said is that if you want to change culture, you have to first understand what the units of culture are. People are the units of culture. So if you want to change politics, you first have to change people to change the culture.*

P: Did that fit in with you know his he had quite a famous expression about politics being war?

R: *If you want to fight a battle or you want to fight a war, you want to win a war, you need weapons for that. He wanted cultural weapons and we could build them for him. But obviously he needed the money to do it, so he took it to Robert Mercer.*

P: Who's Robert Mercer?

R: *He is an American billionaire in New York and before he was... he got rich through algorithms.*

Alexander Nix is with he and me starts with his sort of like razzle-dazzle... 'oh we

work for the Pentagon, we work for MoD, Mi6...da da da da da ... we are brilliant and Eton and what not and I'm a posh British man and you should trust me with all your money. Essentially the pitch was that we were going to combine micro-targeting which had existed in politics, which was you know, in part, my background but bring on board a new construct, new constructs from psychology so that we wouldn't just be targeting you as a voter we would be targeting you as personality. And in order to scale then we will then be collecting a lot of data on people... so that we could build a psychological profile of each voter in a particular region or in this case all of the United States.

Alexander was quite excited, he got a bottle of champagne. We had a sabre in the office, he sabered the champagne and but then the next day, it was sort of like, "Ok now what?" You get all this money and you've got a billionaire breathing down your neck, going: "Why don't I have it yet? "I've just given you tens of millions of dollars "and like where's my psychological warfare weapon. I needed to figure out a way of getting data and so I went to these Profs and asked, "What do you think?" Right? So, we've done all these cool pilots but how would you do this for like an entire country? What Kogan offered us was something that was way cheaper, way faster and of a quality that nothing matched. They had apps on Facebook that were given special permission to harvest data not from just the person who used the app or joined the app but also it would then go into their entire friend network and pull out all of the friends' data as well. So if one person, if you joined the app, I would not just see your Facebook profile, I would see all of the Facebook profiles of everybody that you're friends with. We would only need to touch a couple of hundred thousand people to expand in their entire social network, which would then scale us to most of America.

P: And people had no idea that their data was being taken in this way?

R: No. No. If you were a friend of somebody who used the app, you would have no idea that I've just pulled all of your data. It was almost everything that would be on a Facebook profile. So that was things like status updates, likes, in some cases private messages...

P: So Cambridge Analytica has people's private messages they sent on Facebook?

R: I can't say whether they did or not. What I'm saying, what I'm saying is what the app can do.

P: So, you didn't ever stop to and think actually this is people's personal information and we're taking it and we're using it in ways that they don't understand? You didn't think, "actually, I'm not sure about this"?

R: *Uhm...You know...The company...We didn't do a good job at due diligence. So, no. We didn't...uhm...you know...*

P: But what about you? Not just the company, your involvement in that.

R: *Uhm... No. I mean, I, we, we were sole focused on getting us data and doing this experiment.*

P: How many profiles were you pulling?

R: *Tens of millions. Upwards of 50, 60 million files were collected in a two or three month period. When Alexander Nix told the parliamentary inquiry on fake news that Cambridge Analytica has never used Facebook data, at least from when I was there that's just fundamentally not true, because we spent \$1 million dollars harvesting tens of millions of Facebook profiles and those profiles were used as the basis of the algorithms that became the foundation of Cambridge Analytica itself. The company itself was founded on using Facebook data.*

P: So, you've harvested my data and then you've used that to target me in ways that I can't see and that I don't understand?

R: *Yeah. So, we would know what kinds of messaging you'd be susceptible to, including the framing of it, the topics, the content, the tone, whether it's scary or not, that kind of thing. So what you would be susceptible to and where you're going to consume that and then how many times did we need to touch you with that in order to change how you think about something. In addition to having data scientists and psychologists and strategists, they also have an entire team of creatives, designers, videographers, photographers. They then create that content, that gets sent to a targeting team, which then injects it into the internet. Websites will be created. Blogs will be created. Whatever it is that we think this target profile will be receptive to, we will create content on the Internet for them to find. And then they see that and they click it and then they go down the rabbit hole until they start to think that, you know, something...Until they start to think something differently, yeah.*

Instead of standing in the public square and saying what you think and then letting people come and listen to you and have that shared experience as to what your, what your narrative is, you are whispering into the ear of each and every voter and you may be whispering one thing to this voter and another thing to another voter. We risk fragmenting society in a way where we don't have anymore shared experiences and we don't have anymore shared understanding. If we don't have anymore shared understanding how can we be a functioning society?

P: Thinking about that now, do you think that did change America or played a part in it?

R: *I think it probably played a part. I can't say for sure whether, you know, what was the defining... What was the defining factor in, you know, getting Trump elected or growing the alt-right. If you want to fundamentally change society you first have to break it. And it's only when you break it is when you can re-mould the pieces into your vision of a new, of a new society. This was the weapon that Steve Bannon wanted to build to fight his culture war.*

P: So, who do you trust?

R: *I ... I ... I ... This is such a hard question to answer. Who do I trust? Uhm ...I don't want to say I don't trust anyone but...Do you know what I would say? I would say I go through life with a healthy dose of skepticism and I think that healthy dose of skepticism as to what you're see in and what you're hearing and who you're talking to is the best way to go through life.*

ANEXO D - AÇÕES DO FACEBOOK NO BRASIL PARA MELHORAR O AMBIENTE NARRATIVO

As informações a seguir foram obtidas por meio de comunicação entre Rebeca Garcia, da área de Políticas Públicas do Facebook Brasil e a autora dessa dissertação com o objetivo de obter uma linha do tempo das ações da empresa no Brasil para melhoria do seu ambiente narrativo para os usuários.

- **06 de agosto de 2018**: início da atuação do projeto Comprova, apoiado pelo Facebook e outras entidades. Trata-se de coalizão de veículos de comunicação que vão fazer checagem no período eleitoral brasileiro
- **02 de agosto de 2018**: o projeto "Vaza, Falsiane!" - curso online gratuito para entender e combater a desinformação -, apoiado pelo Facebook, foi lançado no dia 2 de agosto (ver também aqui)
- **6 de junho de 2018**: O Projor – Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo anunciou parceria com o Facebook para patrocinar a segunda fase do Atlas da Notícia, que visa a mapear veículos jornalísticos nos mais de 5 mil municípios brasileiros, bem como o apoio do Facebook ao eixo de educação midiática do Projeto Credibilidade.
- **10 de maio de 2018**: As pessoas no Brasil começaram a ver em seu Feed de Notícias uma pesquisa no Facebook, perguntando a elas se conhecem e se confiam em uma série de veículos de imprensa. Ainda em fase de testes por aqui, a pesquisa poderá levar a uma atualização do Feed para priorização de fontes que as pessoas consideram ser as mais confiáveis.
- **7 de maio de 2018**: Lançamos uma segunda rodada de uma campanha no próprio Feed de Notícias para as pessoas no Brasil sobre como elas podem identificar notícias falsas. Além disso, o Facebook iniciou uma campanha publicitária em jornais, revistas e sites no Brasil - em parceria com Abraji, Projor, ITS-Rio e Mackenzie - com dicas para ajudar as pessoas a tomar decisões mais conscientes a respeito do conteúdo que consomem.

- **18 de abril de 2018:** A Abraji e a Agência Lupa, com apoio do Facebook, anunciaram uma turnê de oficinas de verificação e checagem de fatos e um treinamento para produção de notícias a partir de bases de informações públicas por todo o país. O objetivo é treinar mais de 1.000 jornalistas e estudantes de Jornalismo em todo o Brasil.
- **2 de abril de 2018:** É anunciado o Projeto Lupe!, uma iniciativa da Agência Lupa com apoio do Facebook. O projeto é integralmente dedicado à checagem de conteúdos relacionados às eleições de 2018 no Brasil.
- **26 de março de 2018:** Expandimos para o mundo todo uma atualização do Feed de Notícias para priorizar notícias locais, ajudando as pessoas a se conectar com os assuntos que acontecem perto de casa. O objetivo é ajudar as pessoas a verem os temas que têm um impacto direto em suas comunidades e descobrir o que está acontecendo em sua região.
- **5 de março de 2018:** Passamos a permitir que veículos de imprensa em diversos países, inclusive no Brasil, incluam um selo de notícia urgente nos Instant Articles, em links para reportagens e em conteúdos no Facebook Live. Testes dessa ferramenta nos EUA mostraram que as pessoas engajaram mais com posts que são marcados como notícias urgentes, com mais cliques, curtidas, comentários e compartilhamentos.
- **4 de janeiro de 2018:** Anunciamos o apoio a dois *projetos de news literacy no Brasil* para ajudar as pessoas no consumo de informações na era digital: um curso online gratuito contra notícias falsas e um bot no Messenger que orientará as pessoas sobre como trafegar no universo de informações na internet, para que elas próprias possam checar informações.
- **16 de novembro de 2017:** Começamos a adotar indicadores do Trust Project para notícias que são compartilhadas no Facebook. O Trust Project é um consórcio internacional de empresas de notícias e digitais colaborando para criar padrões de transparência no jornalismo, com o objetivo de construir um ambiente confiável e de reconhecimento do jornalismo de qualidade.

- **5 de outubro de 2017:** Começamos a testar a inclusão de um botão nos links para reportagens no Feed de Notícias que, ao ser clicado, fornece mais contexto às pessoas, como informações do publisher na Wikipedia, a exibição de artigos relacionados e indicação de como aquele conteúdo está sendo compartilhado pelas pessoas no Facebook. Se um publisher não tiver referências, as pessoas também saberão disso.
- **23 de junho de 2017:** Lançamos o *Facebook Safety for Journalists*, um guia com informações de segurança online para jornalistas.
- **25 de abril de 2017:** Anunciamos testes com "Artigos Relacionados", um recurso para oferecer perspectivas adicionais antes da leitura de uma notícia compartilhada no Feed de Notícias.
- **6 de abril de 2017:** Trabalhamos com a First Draft para desenvolver dicas sobre como identificar notícias falsas. Essas dicas apareceram no topo do Feed de Notícias das pessoas no Facebook durante alguns dias. No Brasil, trabalhamos com apoio da Abraji, do ITS Rio e do Mackenzie nessa iniciativa.
- **3 de abril de 2017:** Anunciamos nossa participação na *News Integrity Initiative*, um consórcio formado por uma série de empresas de tecnologia, universidades e ONGs para fazer pesquisas e propor projetos na área de "news literacy".
- **11 de janeiro de 2017:** Apresentamos o *Projeto Facebook para Jornalismo*, um programa para estreitar os laços entre o Facebook e organizações de mídia. Desde o seu lançamento, nos encontramos com mais de 2.600 veículos de mídia em todo o mundo, fizemos mais de 15 News Days (eventos de treinamento do Facebook) para publishers, um deles no Brasil, e participamos de mais de 70 eventos da indústria de mídia. Também expandimos para 10 idiomas nossos cursos online para jornalistas, incluindo o Português, e disponibilizamos o CrowdTangle, nossa ferramenta de dados e insights, gratuitamente para veículos e faculdades de jornalismo.