



A desconstrução do simulacro “É a gota d’água”: tensões narrativas entre ficção e realidade¹

Ricardo SCHAEFER²

Faculdade Antonio Meneghetti, Restinga Seca, RS
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Rosane ROSA³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

A internet tem contribuído com a construção de um mundo mais plural, aberto e multidimensional, porém nela também é reforçada uma das características dos meios de comunicação tradicionais: a representação de realidades fictícias. O objetivo deste artigo é analisar como o simulacro criado pelo vídeo “É a Gota D’Água +10”, produzido por artistas da Rede Globo, contrários à produção da Usina de Belo Monte, foi desconstruído por dois vídeos sobre a mesma temática feitos por estudantes universitários da Unicamp e da UnB. Para tanto, utilizou-se a pesquisa bibliográfica e a análise narratológica dos vídeos. O estudo evidenciou que uma forma eficaz de desconstruir um simulacro midiático é desmontar criticamente o senso comum, a fim de reinterpretar a realidade com base em argumentos racionais e científicos.

Palavras-chave

Narrativas; simulacro; desconstrução; redes sociais.

1. Introdução

A internet tem contribuído com a construção de uma sociedade mais plural e aberta. O fluxo unidirecional das informações, existente nas mídias tradicionais, foi substituído por um processo comunicacional rizomático, estruturado por meio das mídias digitais.

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Professor do Curso de Graduação em Administração e do Programa de Pós-graduação MBA e Especialização da Antonio Meneghetti Faculdade - AMF. Pesquisador integrante do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa da AMF. E-mail: ricardoschaefer@libero.it

³ Doutorado em Ciências da Informação e da Comunicação pelo PPGCOM da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS (2009). Prof.^a Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação e do POSCOM – UFSM. E-mail: rosane.rosa@terra.com.br



Ao mesmo tempo em que a sociedade organizada em rede possibilita uma maior difusão de ideias, troca de informações e discussão social, a internet também potencializa uma antiga e forte característica dos meios de comunicação: a produção de simulacros. Realidades fictícias são hoje criadas pelas mídias digitais e rapidamente atingem um grande número de pessoas ao redor do planeta.

Foi isto que aconteceu no final de 2011, com um vídeo produzido por atores e atrizes da Rede Globo. Trata-se de um manifesto contrário à construção da Usina de Belo Monte, no Pará. Após a sua publicação no YouTube, o vídeo foi amplamente divulgado pelas redes sociais, levando mais de 1 milhão de pessoas a assinarem uma petição on-line contra a obra.

Alguns dias após a publicação deste vídeo, duas novas produções audiovisuais foram publicadas na internet, desta vez realizadas por estudantes da Universidade de Campinas (Unicamp) e outro por estudantes da Universidade de Brasília (UnB). O objetivo dos acadêmicos foi responder com argumentos técnicos ao vídeo dos artistas, que divulgou dados equivocados do ponto de vista hidrológico, geográfico, econômico e social.

O objetivo deste artigo é analisar as estratégias comunicacionais utilizadas pelos universitários na produção dos vídeos que objetivaram desconstruir o simulacro criado pelos artistas globais na internet. Para tanto, iniciaremos com uma revisão bibliográfica de conceitos que subsidiarão a sucessiva análise das produções audiovisuais.

2. Simulacro nas mídias digitais e resgate da condição de sujeito

A internet se tornou um espaço potencial de difusão de ideias e discussão social. Através dela, o público assumiu uma condição ativa de produção de sentidos. Braga (2006) destaca que, na atual sociedade, se verifica um sistema de resposta social que se opõe à concepção de um público passivo.

Propomos, assim, desenvolver a constatação de *um terceiro sistema de processos midiáticos*, na sociedade, que contempla a processualidade de mediação social geral, fazendo-a efetivamente funcionar como *comunicação*. Esse terceiro sistema corresponde a *atividades de resposta* produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos. Denominamos esse terceiro componente da processualidade midiática “sistema de interação social sobre a mídia”



ou, mais sinteticamente, “sistema de resposta social”. (BRAGA, 2006, p. 22).

A internet pode ser, então, analisada como uma instância de mediação, em que seus usuários de modo constante e interativo produzem sentidos. Analisando este fato, Jenkins (2008) desenvolve o conceito de cultura participativa. Para o autor, temos hoje uma sociedade que, por meio da convergência tecnológica, participa ativamente da produção e disseminação de informações.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2008, p. 28).

Também Di Felice (2008) explica que a comunicação digital apresenta-se como um processo comunicativo em rede e interativo. A antiga relação entre emissor e receptor foi substituída por um processo comunicativo rizomático em que se interligam diversas arquiteturas informativas como os sites e as redes sociais. “Mais que um fluxo unidirecional (teatro, livro, cinema, rádio e TV), a comunicação em rede apresenta-se com um conjunto de teias nas quais é impossível reconstruir uma única fonte de emissão, um único sentido e uma única direção” (FELICE, 2008, p. 44).

Ao mesmo tempo em que a internet permite um discurso aberto e plural, desfazendo a unidirecionalidade que perdurou durante tanto tempo na mídia tradicional, ela também potencializa uma forte característica que, segundo Chauí (2006), sempre existiu nos meios de comunicação: a produção de simulacros ou realidades ilusórias. Para a autora, a mídia de massa tornou “irrelevantes as categorias da verdade e da falsidade substituindo-as pelas noções de credibilidade ou plausibilidade e confiabilidade – para que algo seja aceito como real basta que apareça como crível ou plausível, ou como oferecido por alguém confiável” (CHAUÍ, 2006, p. 8).

Em “Simulacro e poder: uma análise da mídia”, Chauí (2006) expõe que os fatos deram espaço para as declarações de “personalidades autorizadas”, que, em vez de informações, transmitem preferências.

Qual a base de apoio da credibilidade e da confiabilidade? A resposta encontra-se em um outro ponto comum aos programas de auditório, às entrevistas, aos debates, às indagações telefônicas de rádios, revistas e



jornais, aos comerciais de propaganda. Trata-se do apelo à intimidade, à personalidade, à vida privada como suporte e garantia da ordem pública. (CHAUI, 2006, p. 9)

Essa produção de simulacros foi fortalecida pela revolução digital e pelo surgimento da internet. “A multimídia potencializa um fenômeno que já tínhamos frisado ao nos referirmos à televisão, qual seja, a indistinção entre as mensagens e entre os conteúdos” (CHAUI, 2006, p. 70). Na visão da autora, como todas as mensagens estão integradas em um mesmo padrão cognitivo e sensorial, visto que educação, jornalismo e entretenimento são fornecidos pelo mesmo meio, os conteúdos se misturam e se tornam indiscerníveis.

Esta mistura ocorre em um ambiente virtual produzido pelos novos meios tecnológicos de informação e comunicação, que substituíram o espaço e o tempo real: da percepção, da vivência individual e coletiva, da geografia e da história, vivemos hoje em um espaço e em um tempo reduzidos a um única dimensão. Seguindo a perspectiva de Chauí (2010), “isso significa que as categorias de que dispomos para pensar o mundo deixam de ser operantes quando passamos para o plano do virtual e este substitui a realidade por algo outro, ou uma ‘realidade’ outra, produzida exclusivamente por meios tecnológicos”.

Ampliando este conceito, a autora expõe que estamos diante da produção de uma “realidade”, de um ato de criação, que no passado as religiões atribuíam ao divino e a filosofia à natureza, e que hoje é construído pelas mídias.

Os meios de informação e comunicação julgam ter tomado o lugar dos deuses e da natureza e por isso são onipotentes – ou melhor, acreditam-se onipotentes. Penso que a mídia absorve esse aspecto metafísico das novas tecnologias, o transforma em ideologia e se coloca a si mesma como poder criador de realidade: o mundo é o que está na tela da televisão, do computador ou do celular. (CHAUI, 2010)

Este mundo fictício criado pela mídia influencia diretamente no modo de pensar e agir dos usuários. Para Jenkins (2008), o ambiente virtual faz com que a convergência não seja apenas dos dispositivos tecnológicos, mas que ocorre também dentro dos cérebros das pessoas, alterando sua personalidade e suas interações sociais. Também Di Felice (2008) desenvolve a ideia de que a psique do indivíduo e sua relação com o mundo são atualmente construídas através de um agenciamento com as novas tecnologias informativas.



Uma consequência negativa desse processo de globalização digital e multicultural, potencializada pelos meios tecnológicos, é o que Santos (2007) identifica como “razão indolente”: as pessoas passaram a pensar de forma acomodada. Desenvolvendo uma “sociologia das ausências”, o autor critica a atual forma de uso da razão. “A essa racionalidade – seguindo Gottfried Leibniz – eu chamo indolente, preguiçosa. É uma racionalidade [...] que se considera única, exclusiva, e que não se exercita o suficiente para poder ver a riqueza inesgotável do mundo”. (SANTOS, 2007, p.25)

Essa razão indolente se manifesta sobretudo de duas formas: a razão metonímica e a razão proléptica. A razão metonímica é “uma racionalidade que facilmente toma a parte pelo todo, porque tem um conceito de totalidade feito de partes homogêneas, e nada do que fica fora dessa totalidade interessa” (SANTOS, 2007, p. 25). Para o autor, esse modo da razão contrai e diminui o presente sendo um dos aspectos do desperdício da experiência. Já a razão proléptica possibilita conhecer a história futura na realidade presente.

Diante deste panorama, quem parece trazer uma possibilidade de solução é Touraine, propondo o resgate da situação de cada indivíduo enquanto “sujeito”.

Nós sempre tivemos uma imagem de nossa criatividade, mas esta imagem foi há muito tempo projetada para além da nossa experiência própria. Ela assumiu figuras sucessivas: Deus, a nação, o progresso, a sociedade sem classes. Ora, hoje, é *diretamente*, sem discurso intermediário, que damos uma importância central à procura de nós mesmos. Esta vontade do indivíduo de ser o ator de sua própria existência é o que chamamos de *sujeito*. (TOURAINÉ, 2006, p. 240)

Para chegar a esta condição, o autor sugere que as pessoas, os grupos e as comunidades devem se voltar sobre si mesmas, buscando encontrar suas próprias soluções, re-inventando suas vidas, protagonizando histórias, dando um novo sentido às experiências, compartilhando práticas e fazendo surgir neste mergulho para dentro de si novas narrativas, novos conteúdos, novas políticas comunitárias. Hoje, todos os indivíduos têm um papel importante na intervenção conjunta de uma situação social, que historicamente aguarda solução. Touraine (2006) define esse papel individual e coletivo como uma nova sociedade cultural.

Esse sujeito individual, voltado para uma relação consigo mesmo existe sempre enquanto contestação, como indivíduo que se rebela contra práticas de dominação, dentro de contextos sociais específicos. Segundo Furlin (2011, p.11),



O sujeito pessoal se forma pelo desejo de escapar das forças, das regras, dos poderes que impedem o indivíduo de ser ele mesmo; das forças e poderes que buscam reduzir o indivíduo a um componente do sistema, por meio do controle de sua atividade e de suas interações sociais.

Para o autor, portanto, ser sujeito significa ter a vontade de ser ator social, isto é, atuar e modificar o próprio meio mais do que ser determinado por ele. Deste modo, a liberdade do sujeito será construída em sua relação com o outro, mas não na subjugação, na integração sistêmica acrítica, e sim na busca do reconhecimento, na sua universalidade e na sua particularidade. Deste modo, o multiculturalismo, o dilema entre igualdade e diferença e a educação intercultural assumem relevância para Touraine (1998), sob a premissa de que o sujeito possa tornar-se ator em seu destino pessoal e coletivo.

Com base nos conceitos dos autores citados, passamos a analisar os três vídeos publicados na internet sobre a construção da Usina de Belo Monte.

3. Conhecendo os vídeos

Em 16 de novembro de 2011 o *Movimento Gota D'Água*, criado por artistas ativistas e voltado a causas socioambientais, publicou no YouTube um vídeo com o intuito de “envolver a sociedade brasileira na discussão do planejamento energético do Brasil através da obra da usina hidrelétrica de Belo Monte” (YOUTUBE, 2011a). O vídeo, intitulado “É a Gota D'Água +10”, tem duração de aproximadamente 5 minutos, no qual 19 atores e atrizes da Rede Globo se revezam através de enunciados curtos intercalados para discutir a construção da Usina de Belo Monte, no Rio Xingu, no interior do Pará.

Os artistas iniciam fazendo questionamentos aos internautas: “Você já ouviu falar de Belo Monte? / Você sabe o que quer dizer energia limpa? / Desenvolvimento sustentável, já ouviu falar?”⁴. Na sequência, vários deles, de modo intercalado, repetem a seguinte frase⁵: “Mas o que eu tenho a ver com isto?”. Para responder à pergunta, os atores inicialmente apresentam argumentos favoráveis à construção da usina: “Olha só, se não fizer a hidrelétrica de Belo Monte no Pará, não vai ter energia. Se não tiver energia, como eu vou assistir televisão para assistir minha novela?”, “Ficar sem luz, sem

⁴ Nas transcrições das falas, as barras indicam troca do artista que faz o enunciado, na sequência do vídeo.

⁵ Este recurso da repetição é utilizado em diversos trechos do vídeo.



celular, sem iPad, sem iPhone, sem iTunes”. Logo após, passam a fazer questionamentos, se posicionando contrários à obra: “Do que adianta construir a 3ª maior hidrelétrica do mundo se ela só vai produzir de fato 1/3 da sua capacidade?”, “Pera, como assim? Só 1/3?”, “Eu não estou entendendo gente, vou ter que pesquisar”. Este discurso prossegue até os 3 min do vídeo, que vai sendo construído com argumentos alarmantes e contrários à construção: “Eu pesquisei, e vai custar 30 bilhões”, “Quem é que vai pagar? Você?”, “Abaixo da barragem, o rio banha o Parque Nacional do Xingu”, “A usina de Belo vai alagar, inundar, destruir 640 km² de Floresta Amazônica”, “Para onde vão ser levados os ribeirinhos e os índios?”, “Quem se importa se os índios não vão ter onde morar?”.

Os 2 minutos finais são reservados para uma convocação dos internautas: “Se a construção da hidrelétrica se mostrar um equívoco é um caminho sem volta”, “Vocês entenderam? Precisamos ficar mais atentos ao Brasil”, “Neste momento, em todo o mundo, milhares de pessoas estão indo para as ruas para protestar e mudar o seu destino”, “Entre nesta corrente! Vamos fazer alguma coisa pelo Brasil”. Neste trecho, há várias interpelações para que o internauta entre no site do movimento e assine uma petição on-line contra a construção da usina. Os argumentos utilizados são variados: da atriz Maitê Proença dizendo “Toma o seu tempo, eu vou tirar aqui o sutiã para ficar mais a vontade”, ao ator Sérgio Marrone instigando “Eu não sou o Di Caprio, mas... assina”.

Os internautas são também estimulados a compartilharem o vídeo: “Se você, assim como eu, já assinou, é só passar este link para mais 10 amigos”, “Assim criamos uma onda de conscientização”. O minuto final do vídeo é gravado por apenas um ator, de mais idade, Ari Fontoura, que, em tom de lamento e súplica, se dirige à Presidente da República: “Presidente Dilma, nós não queremos que no futuro, ao estudar a história do país, vejam que tivemos a oportunidade de deixar um lugar mais saudável, justo e responsável e nada fizemos. Pense no Brasil em que seu neto vai crescer.”

Após a aparição no YouTube, o vídeo rapidamente ganhou as redes sociais e foi amplamente divulgado. Dez dias depois da publicação do vídeo “É a Gota D’Água +10”, outro vídeo sobre o mesmo tema foi postado no YouTube, desta vez produzido pelo movimento intitulado *Tempestade em Copo D’Água* (YOUTUBE, 2011b), criado pelo Dr. Sebastião de Amorin, professor de Estatística da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), e um grupo de estudantes de Engenharia Civil e Economia da mesma instituição. A motivação deste grupo foi “fazer um vídeo em resposta ao vídeo



global ‘Gota D’Água’, o qual difundia dados equivocados sobre a Usina Hidrelétrica de Belo Monte” (TEMPESTADE EM COPO D’ÁGUA, 2011). A produção audiovisual intitulada “Tempestade em Copo D’Água?” tem quase 6 minutos de duração e utiliza o mesmo formato do vídeo produzido pelo atores da Rede Globo: estudantes se intercalam argumentando por meio de frases curtas. As citações dos atores globais são apresentadas e justificadas uma a uma pelos estudantes, que corrigem as informações equivocadas por meio de argumentos de cunho hidrológico, geográfico e matemático.

À afirmação do primeiro vídeo “Abaixo da barragem, o rio banha o Parque Nacional do Xingu”, por exemplo, os estudantes retrucam: “Aí nós temos uma pequena imprecisão geográfica. / Na verdade, nosso belíssimo parque do Xingu localiza-se no Estado de Mato Grosso, mil quilômetros rio acima da represa. E não abaixo”. À pergunta dos artistas “De onde tiraram essa ideia de que hidrelétrica é energia limpa?”, os estudantes respondem: “Energia hidrelétrica é energia limpa”, “Vamos ver a usina como uma fábrica: ela usa água como matéria-prima. / Mas e como resíduo? / Água. Sai tão limpa quanto entrou. / A diferença é que ela entra em um lugar alto, usa sua energia para movimentar as turbinas e sai em um lugar baixo. / Sai a mesmíssima água. Do jeito que entrou.” Os atores afirmam que “Belo Monte custará 30 bilhões”, e são corrigidos pelos acadêmicos: “Os engenheiros da Eletro Norte, que desde os anos 70 estudam a questão, avaliaram a obra em cerca de 19 bilhões. / Belo Monte produzirá cerca de 100 bilhões de kW/h por ano. / Será gerado um faturamento bruto de aproximadamente 40 bilhões todo o ano para o nosso país.”

Motivados pela acirrada discussão criada nas redes sociais pelos dois vídeos, um terceiro vídeo foi publicado, no dia 29 de novembro de 2011, também em resposta ao vídeo dos atores e atrizes da Rede Globo, desta vez produzido por estudantes da Universidade de Brasília – UnB (YOUTUBE, 2011c). Intitulado “Verifique os fatos – Belo Monte”, o vídeo tem aproximadamente 7 minutos de duração e segue o mesmo formato daquele produzido pelos estudantes da Unicamp. A diferença é que as respostas dos alunos são intercaladas a trechos reproduzidos do vídeo dos artistas. Neste terceiro vídeo, a pergunta “Quem se importa se os índios não vão ter onde morar?” é respondida pelos estudantes com “Eu me importo. Foi por isso que pesquisei e descobri que nenhuma das dez terras indígenas da região será alagada”. A afirmação de que “Durante oito meses do ano aquela região praticamente seca” é desmentida com uma imagem de um barco navegando o rio Xingu durante o período de seca, com uma vasta quantidade de água. Um dos atores globais afirma que “a usina de Belo vai alagar,



inundar, destruir 640 km² de Floresta Amazônica” e os estudantes explicam que “esta informação está errada. / O projeto prevê a construção de um reservatório de 502,8 km², dos quais 228 km² já são o leito do próprio rio. Ou seja, praticamente a metade do reservatório já é o rio”.

Após duas semanas de exposição, os vídeos citados anteriormente continuavam produzindo uma grande discussão nas redes sociais. O vídeo “É a Gota D’Água +10” foi assistido 3,2 milhões de vezes em 15 dias. Somados o vídeo dos atores e as respostas dos estudantes da Unicamp e da UnB, as visualizações nas redes sociais chegaram a 4,3 milhões, criando o maior debate de um tema de interesse público da história da internet brasileira (ELER; DINIZ, 2011).

Após 30 dias da publicação do primeiro vídeo, 1,33 milhões de pessoas assinaram a petição online contra a construção da Usina de Belo Monte (MOVIMENTO GOTA D’ÁGUA, 2011). A página oficial do *Movimento Gota D’Água* no Facebook foi “curtida”, neste período, por 475.264 pessoas (FACEBOOK, 2011a) e o seu canal no YouTube possuía 645.285 visualizações (YOUTUBE, 2011a). Também em 14 de dezembro de 2011, os canais oficiais dos movimentos dos estudantes *Tempestade em Copo D’Água* e *Verifique os Fatos* chegaram, respectivamente, a 3.302 e 1.725 assinantes no Facebook (FACEBOOK, 2011b; FACEBOOK, 2011c), e a 488.401 e 103.865 visualizações no YouTube (YOUTUBE, 2011b; YOUTUBE, 2011c).

Descritos os vídeos, passaremos à análise das narrativas utilizadas nessas produções audiovisuais e como os vídeos dos acadêmicos desconstruíram o simulacro criado pelos artistas globais na internet.

4. Desconstruindo a tempestade

Como visto anteriormente, a produção de simulacros foi intensificada em razão da revolução digital e da internet (CHAUI, 2006). A popularidade dos artistas globais e a sua interpretação alarmista, emocional e espetacularizada do vídeo, associadas à facilidade de divulgação e replicação de informações nas redes sociais, levou, em apenas 1 mês, 1,33 milhões de pessoas a assinarem a petição online proposta pelo *Movimento Gota D’Água*, ainda que os motivos apresentados no vídeo pelos atores para que as pessoas assinassem a petição se baseassem em informações geográficas, hidrológicas, econômicas e sociais equivocadas.



Analisando as estratégias narrativas utilizadas pelo vídeo dos artistas, podemos decompô-lo nas seguintes partes:

1. abertura com questionamentos de cunho esclarecedor, informativo
2. apropriação de enunciações e argumentações favoráveis à construção da Usina de Belo Monte
3. questionamentos que desconstróem os argumentos favoráveis
4. respostas aos questionamentos com inverdades e argumentos infundados
5. provocação, com linguagem propositiva, visando a mobilização dos internautas para uma ação concreta: a assinatura de uma petição contrária à construção da Usina
6. apelo ao compartilhamento e socialização do vídeo por meio da internet
7. finalização com um ator idoso – que sugere sabedoria, respeito com o passado e o futuro – em tom e expressão de lamento, que faz uma súplica à autoridade nacional com argumentos de cunho emocional

Conforme explica Chauí (2006), os meios de comunicação, e agora sobretudo a internet, tornaram irrelevante a categoria de verdade, substituída pelas noções de credibilidade e confiabilidade, alcançadas por declarações de “personalidades autorizadas” que não transmitem mais informações, mas sim preferências. Isto fica evidente no vídeo dos artistas em trechos como: “Mas o que eu tenho a ver com isso?”, “Sabe aquela sensação de se arrepender de uma coisa que você não fez?”, “Gente, não dá para ficar sem luz, eu sou a pessoa mais conectada. Sem luz, sem energia, sem celular, sem iPhone, sem iPad, sem iTudo.”, “Eu não sou o Di Caprio, mas... assina”, “Quem é que vai pagar? Você? / O palhaço aqui, né?!”.

As estratégias utilizadas para levar o internauta à assinatura extrapolam os argumentos ficcionais, chegando a um apelo à intimidade – como descreve Chauí (2006) –, a um jogo de sedução: a atriz Maitê Proença, despindo-se de costas, diz “Toma o seu tempo, eu vou tirar aqui o sutiã para ficar mais a vontade”.

Diante destes estímulos, os internautas rapidamente difundiram o vídeo “É a Gota D’Água +10” por meio das redes sociais. Em apenas 15 dias, ele foi assistido 3,2 milhões de vezes (ELER; DINIZ, 2011). Para tentar compreender esta popularidade, recorremos a Boaventura (2007), e ao seu conceito de razão indolente. Diante da visualização do vídeo dos artistas, em vez de uma atitude crítica, que poderia ter levado os internautas à checagem das informações apresentadas – facilmente desmentidas na própria internet –, parece ter prevalecido uma forma acomodada de pensamento, uma



racionalidade indolente e preguiçosa, que não tem necessidade de se exercitar. Este fato exemplifica a visão de Jenkins (2008), segundo a qual o mundo fictício criado pela mídia altera o modo de pensar e agir dos usuários, alterando sua personalidade e suas interações sociais.

Tomando por base as visualizações do primeiro vídeo postado no canal oficial do *Movimento Gota d'Água* no YouTube, que após 30 dias registrou 645.285 visualizações, depreende-se que as demais visualizações foram geradas por divulgações, replicações e reproduções através das redes sociais. Ao assistirem o vídeo, grande parte dos internautas indolentemente atendeu o pedido dos artistas: “Se você, assim como eu, já assinou, é só passar este link para mais 10 amigos / Assim criamos uma onda de conscientização”.

O problema é que a suposta “conscientização” baseou-se em informações equivocadas, desmentidas pelos vídeos dos estudantes universitários que foram postados a posteriori. Enquanto que no vídeo dos artistas prevalecem argumentos emocionais, nos vídeos dos estudantes predominam justificativas racionais e técnicas, incluindo consulta a especialistas. A questão indígena, por exemplo, foi trazida pelos atores com tom de ironia: “Quem se importa se os índios não vão ter onde morar?”, “A gente aloja os ribeirinhos na periferia e os peixinhos em um aquário. Pronto, resolvido”. “Para mim índio quer morar na cidade. / Tomar antibiótico. / Educação, conforto.” “Índios... tem índio lá?”, “Será que os índios são ouvidos?”. A esta postura, os estudantes respondem: “Sim, em todas as terras indígenas – e vale ressaltar que não serão alagadas – foram realizadas consultas às comunidades. / Foram mais de 30 reuniões nas aldeias, documentadas em áudio e vídeo”.

O jogo linguístico adotado nas narrativas também ajuda a demonstrar a intenção de base de cada vídeo. Enquanto que na produção dos atores globais predominam enunciações que infantilizam os internautas (“Vocês entenderam?”, “Eu não estou entendendo”, “Mas o que eu tenho a ver com isso?”), nos vídeos dos acadêmicos prevalecem enunciados que respeitam a liberdade do sujeito, mas provocam para uma ação consciente e crítica, como sujeitos ativos e socialmente responsáveis que não aceitam ser manipulados (“Verifique os fatos”, “Eu me importo. Foi por isso que pesquisei e descobri...”, “Só pedimos que você se informe”, “Mudar de ideia é um direito de todos”).

Para melhor entender o processo de desconstrução do simulacro feito pelos vídeos dos estudantes, podemos fazer uma analogia à fala de Chauí (2006) sobre as



ideologias das esquerdas e das direitas no processo de construção dos discursos midiáticos. Para fins deste artigo, os vídeos dos estudantes podem representar as ideologias de esquerda, contrárias às ideias dominantes. A autora explica que, para a esquerda, a dificuldade é grande porque o pensamento e o discurso são forçados a realizar quatro trabalhos sucessivos ou até mesmo simultâneos:

1. precisam, primeiro, desmontar o senso comum social. “Após passarmos por ameaça de apagão, reduzir a questão da demanda de energia do Brasil para assistir novela, iPhone, iPad ou iTudo, parece até piada.”, manifesta-se um dos estudantes.
2. em seguida, precisam desmontar a aparência de realidade que as condições sociais e as práticas existentes parecem possuir. Também sobre a questão indígena, os estudantes se posicionam: “Quem se importa se os índios não vão ter onde morar? / Eu me importo. Foi por isso que pesquisei e descobri que nenhuma das dez terras indígenas da região será alagada”
3. precisam, a seguir, reinterpretar a realidade, revelar seus fundamentos e suas operações invisíveis para que se possa compreender e explicar as formas e mudanças da sociedade. Sobre o valor da obra, por exemplo, os estudantes revelam: “30 bilhões é apenas uma estimativa, no caso a mais pessimista. / O custo de investimento da Usina de Belo Monte é de atualmente 25,8 bilhões. / Deste 25,8 bilhões, 3,7 bilhões são destinados a ações socioambientais. / Pegar a estimativa mais pessimista como se fosse a verdade e divulgar é errado. E confunde ao invés de informar.” Mesmo tomando a estimativa pessimista (custo de 30 bilhões de dólares), os acadêmicos explicam que faturamento bruto será de aproximadamente 40 bilhões de dólares por ano.
4. E, finalmente, precisam criar uma fala nova, capaz de exprimir a crítica das ideias e práticas existentes, capaz de mostrar aos interlocutores as ilusões do senso comum e, sobretudo, de transformar o interlocutor em parceiro para a mudança daquilo que foi criticado. Para tanto, os estudantes concluem um dos vídeos com: “Mesmo que você já tenha compartilhado o *Movimento Gota D’Água*, ou até mesmo assinado a petição, só pedimos que você se informe. Mudar de ideia é um direito de todos. / Por favor verifique as nossas fontes, elas estão aqui em baixo na descrição do vídeo. / Se você achou importante, por favor compartilhe este vídeo para que ele possa chegar até outras pessoas. Obrigado.”



Este debate público sobre a construção de Belo Monte que tomou grandes proporções em um curto espaço de tempo foi possível pelo uso que os sujeitos fizeram das redes sociais. Nesta nova ágora, tencionaram-se diferentes visões, culturas e tradições. Porém, como explica Santos (2005), este novo cenário serve tanto para alienar quanto para emancipar. Vivemos hoje a convergência de duas lógicas e a emancipação pode ser alcançada pela racionalidade científica (SANTOS, 2005), utilizada, por exemplo, nos vídeos dos acadêmicos e ignorada na narrativa dos atores globais .

Ainda na visão do autor, a ciência têm um papel a cumprir para tornar possível a emergência da globalização em benefício dos seres humanos em sociedade. Este papel da ciência ficou evidente neste debate sobre Belo Monte. Os estudantes utilizaram em vários momentos do vídeo conhecimentos científicos para desconstruir o simulacro criado pelos atores. À afirmação dos artistas “Como é que se resolve a questão energética do Brasil? / É possível criar outras alternativas para se gerar energia: energia eólica, energia solar.”, os acadêmicos contra-argumentaram respondendo: “A energia eólica é uma ótima fonte complementar de energia. Infelizmente não tem condições de ser a principal matriz energética pelos seguintes motivos: com a usina eólica, nós estamos a mercê dos ventos, é um tipo de geração menos confiável e mais cara. No caso da energia solar, é ainda mais cara. Caso quiséssemos gerar a mesma quantidade de energia elétrica de Belo Monte, ou seja, 4.571 megawatts médios, utilizando energia eólica, nós teríamos que gastar um valor superior a 173% do orçamento para construir Belo Monte. Se fosse o caso de utilizar energia solar, o custo seria 6 vezes maior. / Estas fontes alternativas são excelentes para complementar a geração principal. Trocar Belo Monte por elas é inviável com a tecnologia de hoje.”

Se comparados ao vídeo gravado pelos artistas, os produzidos pelos estudantes, portanto, permitem aos internautas reconhecerem-se mais como sujeitos do que como objetos do discurso. Como vimos, para Touraine (1998), ser sujeito significa ter a vontade de atuar e modificar seu meio social, mais do que ser determinado por ele.

O sujeito é mais forte e mais consciente de si mesmo quando se defende contra os ataques que ameaçam sua autonomia e sua capacidade de perceber-se como um sujeito integrado, ou pelo menos lutando para sê-lo, para reconhecer e ser reconhecido como tal. (TOURAINÉ, 2006, p. 112).



A este sujeito forte e consciente permanece o desafio como usuário da internet voltar-se para si mesmo, assumindo uma atitude crítica frente as informações disponíveis, e buscar as próprias soluções às problemáticas encontradas e apresentadas. Mesmo no mundo virtual, o sujeito pode dar um novo sentido às experiências, compartilhando práticas e produzindo novos conteúdos, interpretações e narrativas, e contribuindo para a consolidação e expansão da cidadania comunicativa. Esta tendência pode ser vista no vídeo dos estudantes: “As vezes as pessoas querem ajudar, mas acabam passando desinformação, ou seja, atrapalham. / Nós não somos artistas. Somos estudantes. Não fomos pagos para fazer este vídeo. Nosso objetivo aqui é estabelecer um debate mais justo. Com mais argumentos e menos apelo emocional. / Verifique os fatos, se informe mais.”

5. Considerações Finais

A sociabilidade contemporânea de atuação dos indivíduos criada pela internet tem como reflexo a estruturação de territórios mais livres e plurais de comunicação (Jenkins, 2008). Esta nova ágora digital, porém, pode também ser utilizada para movimentos e interesses não necessariamente voltados para o desenvolvimento do senso crítico dos internautas.

Neste sentido, faz-se necessário que os usuários das mídias digitais interligadas em rede assumam uma postura de sujeitos, verificando os dados disponíveis e fugindo da armadilha de uma “razão indolente”, sob pena de aderirem a uma causa ou a um movimento baseado em premissas equivocadas e exercício da cidadania.

Seguindo a perspectiva de Touraine (2006), os internautas podem assumir uma postura crítica diante das informações e mais facilmente manter-se como sujeitos em uma sociedade cada vez mais conectada em rede, utilizando estas novas formas de comunicação para intervenção social.

Neste contexto, um bom critério pode ser aquele indicado por Santos (2006, p.462): “temos o direito de ser iguais sempre que a diferença nos inferioriza; temos o direito de ser diferentes sempre que a igualdade nos descaracteriza.”

Referências bibliográficas



BRAGA, J. L. **A Sociedade enfrenta a sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Editora Paulus, 2006.

CHAUÍ, M. **A invenção da crise**. Entrevista com Marilena Chauí publicada no site Conversa Afiada, de Paulo Henrique Amorim em 25 de novembro de 2010. Disponível em: <<http://www.conversaafiada.com.br/brasil/2010/11/25/o-caosaereo-que-ia-derrubar-o-lula/>>. Acesso em: 20. jan. 2012.

CHAUÍ, M. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

DI FELICE, Ma. Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração. In: FELICE, Massimo Di (Org.). **Do Público para as Redes**: a comunicação social e as novas formas de participação social. São Caetano do Sul: Editora Difusão, 2008. p. 17-60.

ELER, A.; DINIZ, L. Nocauteados pela lógica. **Revista Veja**, São Paulo, edição 2246, ano 44, n. 49, p. 140-146, 7 dez 2011.

FACEBOOK. **Projeto Gota D'Água**. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Projeto-Gota-D'Água/126497567449729>>. Acesso em: 14 dez 2011.

FACEBOOK. **Tempestade em Copo D'Água?** Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Tempestade-em-copo-d'água/315037951857662>>. Acesso em: 14 dez 2011.

FACEBOOK. **Verifique os Fatos**. Disponível em: <<http://www.facebook.com/VerifiqueOsFatos>>. Acesso em: 14 dez 2011.

FURLIN, N. **A noção de sujeito em Touraine e Foucault**: contribuições epistemológicas para o pensamento social. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA 26 a 29 jun 2011, 15., 2011. Curitiba.

JENKINS, H.. **Cultura de Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

MOVIMENTO GOTA D'ÁGUA. **Site oficial do Movimento Gota D'Água**. Disponível em: <<http://www.movimentogotadagua.com.br>>. Acesso em: 15 dez 2011.

SANTOS, B. S. **A globalização e as ciências sociais**. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2005.

_____. **A gramática do tempo**. São Paulo: Cortez, 2006.

_____. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.

TEMPESTADE EM COPO D'ÁGUA. **Site oficial do Movimento Tempestade em Copo D'Água**. Disponível em: <<http://www.tempestadeemcopodagua.com.br>>. Acesso em: 6 dez 2011.

TOURAINÉ, A. **Iguais e diferentes**: podemos viver juntos? Lisboa: Piaget, 1998.

_____. **Novo paradigma**: para compreender o mundo de hoje. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

YOUTUBE. **Canal do Movimento Gota D'Água**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/movimentogotadagua>>. Acesso em: 14 dez 2011.

_____. **Canal do Movimento Tempestade em Copo D'Água**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/tempestadecopodagua>>. Acesso em: 14 dez 2011.

_____. **Canal de Verifique os Fatos**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/VerifiqueOsFatos>>. Acesso em: 14 dez 2011.