

BAUMAN, NEGRI E HARARI: UM CAFÉ
FILOSÓFICO

Bauman, Negri and Harari: a philosophical coffee

Pollyana Ferrari

Edgard Luiz Bernardes Valderramas

BAUMAN, NEGRI E HARARI: UM CAFÉ FILOSÓFICO

Pollyana Ferrari¹

Edgard Luiz Bernardes Valderramas²

RESUMO

Este artigo busca realizar um ensaio de como seria uma “conversa” filosófica imaginária entre o sociólogo e filósofo polonês Zygmunt Bauman (1925-2017) e o filósofo e político italiano Antonio Negri (1933-), sobre as fragilidades do ser humano por meio da análise da obra de Bauman: “Amor líquido” e das definições do que são império, multidão e povo a partir de Negri. Ambos também “avaliam”, sob a mesma ótica, as ponderações do artigo do professor israelense Yuval Harari (1976-) sobre os cenários pós pandemia do Covid-19. Com o objetivo de contribuir com este ensaio, foram realizadas pesquisas nas relações existentes entre as formas de consumo, podendo observar claramente que através dos tempos, elas se adaptam às sociedades na qual estão inseridas, sejam elas pela influência de suas transformações históricas e culturais, sejam pelas suas novas características, como facilidades, acesso, paradigmas, modismo e tecnologias disponíveis.

PALAVRAS-CHAVE: Multidão. Afetividade. Covid-19.

¹ Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Beira Interior (Portugal), doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo (2007). É graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela PUC-SP (1991). É professora titular do Programa de Estudos Pós-Graduados em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da (PUC-SP). Líder do Grupo de Pesquisa CNPq Comunidata Na PUC-SP é também professora do curso de Jornalismo. Autora de 10 livros, entre eles, Comunicação digital na era da participação, Jornalismo Digital, Hipertexto Hipermídia, A força da mídia social, No tempo das telas, Comunicação na era da participação e Como sair das bolhas. e-Mail: pollyana.ferrari@gmail.com. Lattes Id: <http://lattes.cnpq.br/8066660068004635>

² Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela PUC-SP. Professor de Sistemas de Informação, Gestão de Negócios, Empresarial, de Projetos e Pessoas, Coordenador, Vice-Diretor e Diretor da FAFIL-FSA e atualmente leciona na UMESP e na Universidade São Judas Tadeu. Possui oito livros escritos na área de TI e tem mais de 35 anos de experiência empresarial na área, onde seu último trabalho foi no grupo VW Brasil Ltda. Conteudista, já realizou trabalhos para Uningá, FAG e UniBrasil e Consultor de TI, Administração, Projetos e Negócios em diversas empresas. e-Mail: edgard.valderramas@gmail.com. Lattes Id: <http://lattes.cnpq.br/7160289045954459>

BAUMAN, NEGRI AND HARARI: A PHILOSOPHICAL COFFEE

ABSTRACT

This article seeks to carry out an essay on what an imaginary philosophical “conversation” would be like between the polish sociologist and philosopher Zygmunt Bauman (1925-2017) and the Italian philosopher and politician Antonio Negri (1933-), about the frailties of the human being through the analysis of Bauman's work: “Amor líquido” and the definitions of empire, multitude and people from Negri. Both also “evaluate” from the same perspective, the considerations of the article by Israeli professor Yuval Harari (1976-) on the post-pandemic scenarios of Covid-19. In order to contribute to this essay, research was carried out on the existing relationships between the forms of consumption, clearly observing that over time, they adapt to the societies in which they are inserted, whether through the influence of their historical and cultural transformations, or for its new characteristics, such as facilities, access, paradigms, fads and available technologies.

KEYWORDS: Crowd. Affectivity. Covid-19.

Introdução

O ensaio Bauman, Negri e Harari: um café filosófico, a partir de análises promovidas durante as aulas do programa de pós-graduação em Tecnologias de Inteligência e Design Digital (TIDD-PUC-SP) e os efeitos da pandemia do Covid-19, procura estabelecer uma discussão sobre a fragilidade dos relacionamentos humanos, conectando as obras do sociólogo polonês Zigmunt Bauman, do filósofo italiano Antonio Negri e do professor e pesquisador israelense Yuval Harari. Além desses autores, e sempre buscando a transdisciplinaridade, a pesquisa trouxe embasamento bibliográfico com fundamentação teórica de autores especializados nas suas diferentes áreas como Jean Baudrillard, Bruno Latour e Efraim Turban, Gilles Deleuze, entre outros. O presente artigo traz o olhar da Multidão, a partir das percepções de Negri; Liquidez, sob o ponto de vista de Bauman em sua obra “Amor Líquido” e o Humano, pela visão de futuro, pós-pandemia Covid-19, sob a ótica de Harari, que aqui serão expostas às suas ponderações.

“O povo tem sido tradicionalmente uma concepção unitária. A população, como se sabe, é caracterizada pelas mais amplas diferenças, mas o povo reduz esta diversidade a uma unidade, transformando a população numa identidade única: o “povo” é uno. A multidão, em contrapartida, é múltipla. A multidão é composta de inúmeras diferenças internas que nunca poderão ser reduzidas a uma unidade ou identidade única – diferentes culturas, raças, etnias, gêneros e orientações sexuais; diferentes formas de trabalho; diferentes maneiras de viver; diferentes visões do mundo; e diferentes desejos” (NEGRI, 2005).

Segundo análise de Trindade (2015) sobre a obra de Hardt e Negri, a Multidão atravessa o Império, passa por dentro dele para sair do outro lado, vive dentro dele gerando constantemente o diferente. A Multidão é a linha de fuga, que faz fugir o próprio Império. É o êxodo, é a criação de um deserto. Ela é a alternativa viva que pulsa dentro do Império. Seus valores são as armas que utili-

zam nessa empreitada. Criatividade para se contrapor às subjetivações que criam corpos dóceis. Rizomas (Deleuze) e cooperação com as novas formas de se relacionar. Auto-organização, não é mais necessário representar nem uma soberania para mediar as relações. As associações de indivíduos singulares cria a potência necessária para aumentar coletivamente a potência de cada um. O historiador Yuval Noah Harari, autor de *Sapiens*, *Homo Deus* e *21 Lições para o Século 21* também concorda que os indivíduos singulares criam sua força coletiva. Para Deleuze, acreditar no mundo significa principalmente suscitar acontecimentos, mesmo pequenos, que escapem ao controle, ou engendrar novos espaços-tempos, mesmo de superfícies ou volume reduzidos, o que corrobora com Negri quando diz que a multidão é a alternativa real criada dentro do império, este último o representante fiel da estrutura soberana dos Estados, do poder unilateral e das grandes organizações.

A Multidão é plural, uma teia comum onde todos vivem harmoniosamente em prol de um senso comum. O Império dominante da ordem global regula a vontade e os desejos por meio de mecanismos de controle, destoando assim do grito da Multidão, que é plural e cujas diferenças jamais serão reduzidas à uma única identidade. As particularidades internas continuarão sendo diferentes, como as diferenças culturais e sociais, tendo como principal desafio a produção, a ação e a comunicação de algo comum a partir dessas diferenças.

Cada vez mais no século XXI percebemos esses atritos com o Império – representado por governos, monarquias e grandes conglomerados empresariais –, pois as mudanças constantes da sociedade em fluxo criaram uma nova ordem social, flertando com um novo modelo de autogestão e negando a presença soberana do poder. Uma organização horizontalizada e sem hierarquias pré-estabelecidas. Mariana Hallage, explica em “Fluido, fluxo” que as tecnologias da inteligência, por meio da mediação, têm modificado radicalmente a forma dos sujei-

tos sociais se relacionarem e se expressarem. Novos movimentos comunicativos, segundo a autora, são percebidos em uma sociedade globalizada e de acesso facilitado à internet. A efemeridade faz parte destes movimentos atuais da multidão.

“A moeda comum que circula hoje em dia em tantos movimentos e lutas de libertação através do mundo – no nível local, regional e global – é o desejo da democracia. Nem é preciso lembrar que desejar e reivindicar a democracia global não assegura sua concretização, mas não devemos subestimar o poder que essas demandas podem ter” (NEGRI, 2005).

Modernidade líquida é um termo que foi cunhado pelo filósofo Zygmunt Bauman (1925-2017) e que define o mundo globalizado, compreendido pela sua liquidez e volatilidade, que desorganizam todas as esferas da vida social das pessoas como a cultura, o trabalho, a educação e o amor, por exemplo, fazendo com que o indivíduo molde a sociedade a partir da sua personalidade. Em *Amor líquido*, obra de 2004, Bauman nos traz a sua visão da evolução da afetividade, considerando como o principal herói, o humano. As relações amorosas e os vínculos familiares estão se tornando cada vez mais flexíveis e Bauman observa que a lei que move os relacionamentos tornou-os um objeto de consumo, estando, estes, cada vez mais rápidos, fáceis e descartáveis, estabelecendo um novo padrão de relação social e fragilizando a confiança no próximo. Para ele, por meio de um termo que cunhou, a modernidade líquida sinaliza tempos em que nada permanece por muito tempo, corroborando para a ideia de "amor líquido", emoções que não perduram e desaparecem rapidamente, expondo as fragilidades dos laços humanos gerados pela vida cotidiana.

Nessa ideia de uma cultura consumista, estão presentes o uso imediato, o prazer passageiro, a satisfação instantânea, resultados que não exijam esforços prolongados, receitas testadas, garantias de seguro total e devolução do dinheiro. O sul-coreano Byung-Chul Han, disse a mesma coisa do que Deleuze ou Negri

havam escrito. Ou seja, que o “terror do igual abrange hoje, todas as esferas da vida” (2022, p. 10) e nesse cenário, jornalistas assumem uma nova função de “checagem de fatos”. Não basta somente apurar as informações, é necessário desmenti-las para mostrar que o igual das sociedades fechadas em bolhas não leva a melhores resultados no coletivo. Em *Conversações* (Ed. 34, 2017) Deleuze já apontava para uma sociedade disciplinar e fechada em si.

“Acumulam-se informações e dados, sem se chegar a um saber. Cobiçam-se vivências e estímulos, nos quais, porém, se permanece sempre igual a si mesmo. Acumulam-se Friends e Followers, sem nunca se encontrar com o outro. Mídias sociais representam um estágio de atrofia social” (HAN, 2022, p.10)

Quanto ao sucesso das checagens de fatos, estamos enxugando gelo, na maioria dos casos, por isso acreditamos que a educação midiática, definida como “o conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica e reflexiva do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos – dos impressos aos digitais”, segundo o EducaMídia¹, é o único caminho para erradicar a desinformação vigente. Segundo Ferrari (2018, p. 165), “a tarefa educacional é mostrar que fatos viram história no futuro e desejos nas redes sociais só alimentam os egos da sociedade de consumo”. Essa fragilidade se dá, principalmente, pela mudança das relações entre os homens, a era da informação e da Internet, que trouxeram uma espécie de interação superficial entre as pessoas, na qual o virtual passou a ser mais importante que o real, por ser mais confortável do que a realidade, e pela simples facilidade de nos desconectarmos de alguém, termo que ganhou até gíria no século atual, sendo conhecido como “foi cancelado”.

“O recurso Dating lançado pelo Facebook oferece ferramentas diferentes de outros aplicativos de relacionamento, por estar sob mesmo domínio, conectando à rede de amigos e a eventos. Como outros programas que envolvem em

seu objetivo o encontro de parceiros para relações afetivas, os perfis dos usuários estão sujeitos a representarem a imagem que o usuário deseja para manter sua reputação almejada, mais que condizer com a realidade vivida, pois expõem a si mesmos através de relatos do que percebem como verdade própria” (Ferrari e Hallage, (2019, p. 1202).

Bauman (2004), distingue duas categorias de relacionamento no seu livro para descrever essas relações. Por um lado, ele considera que o parentesco é o tipo de relação que não pode ser quebrada, que está presente entre nós desde o nosso nascimento e que nossos parentes estarão eternamente conectados a nós. De outro lado, temos a afinidade, que seria o “parentesco eletivo”, já que pode ser escolhida e esta é a sua qualidade mais importante, pois nos faculta a possibilidade de voltar atrás em nossas decisões.

"Afinidade" é parentesco qualificado... A escolha é o fator qualificante: ela transforma o parentesco em afinidade. Mas também trai a ambição desta última: sua intenção é ser como o parentesco, tão incondicional, irrevogável e indissolúvel quanto ele. Mas nem mesmo os casamentos, ao contrário da insistência sacerdotal, são feitos no céu, e o que foi unido por seres humanos estes podem — e têm permissão para —desunir, e o farão se tiverem uma oportunidade” (Bauman, 2004).

Pode-se perceber então que a relação social abre espaço para a conexão, um outro tipo de relacionamento menos “responsável entre as partes” e que entre as suas principais particularidades está a singular e irrevogável possibilidade de se desligar daquele outro ser, fragilizando assim o relacionamento e reduzindo a sua qualidade. Assimetria e exterioridade compreendem que o outro tem algo a dizer. Para isso, é preciso escutar Pollyana Ferrari, em “Fluido, fluxo”, quando diz que as sociedades no século XXI se deparam com mudanças comportamentais aceleradas e desencadeadas pela sociedade da informação e seus fluxos incessantes. Nessa sociedade, que também perdeu os limites do tempo, como re-

tratamos nesse ensaio, fazemos muito e demais: compramos, comemos, bebemos, teclamos, trabalhamos... demais. Mas pouco falamos sobre sentimentos, sobre a tristeza, por exemplo. E se pouco falamos, também pouco escutamos.

“Quando falamos de informação falsa, a notícia é apenas uma parte. Localizado na contemporaneidade, o conceito de fake news tem atraído diversos campos de pesquisa que se mobilizam em busca de uma delimitação do fenômeno, já que, para Debord (1997, p. 201), “o que consegue se opor a uma verdade oficial tem de forçosamente ser uma desinformação proveniente de forças hostis, ou no mínimo rivais, que já vem deliberadamente falseada pela malevolência”. Ela pode permeiar diferentes áreas, impactar a vida de pessoas comuns, destruir reputações de marcas e governos. A construção do fake (falso), seja em relação a vacinas, marcas de refrigerantes, produtos de higiene pessoal ou políticos, causa um estrago sem precedentes para a democracia, ainda mais quando associada a campanhas midiáticas em canais de TV, meio impresso, etc” (FERRARI, 2020, p.02).

As relações de consumo

Percebe-se que o consumo está relacionado diretamente à ação humana de adquirir bens e que, necessariamente, estes bens não sejam relacionados à sua subsistência, podendo estar ligados diretamente ao seu prazer. O ato de adquirir bens (consumir) sejam eles produtos ou serviços, a fim de satisfazer desejos e necessidades e demonstrar quem somos é considerado como algo intrínseco a natureza humana, já que para sobreviver é necessário o envolvimento com os meios externos, como o pão e a água.

"A atividade de consumir pode ser considerada um caminho vital e necessário para o autoconhecimento, ao mesmo tempo em que o mercado começa a se tornar indispensável para o processo de descoberta de quem realmente somos" (BARBOSA, 2007).

Featherstone (1995, p. 31), considera as três perspectivas do consumo: a defendida pelos neomarxistas como a expansão da produção capitalista de mercadorias, a que pensa nas mercadorias como forma de criar vínculos ou estabelecer distinções sociais e por último, a que chama de prazeres emocionais de con-

sumo, que evocam sonhos e desejos, mas consumir vai além de se apropriar de objetos e serviços necessários ou desejados, deve-se compreender a existência da influência social em meio a estas necessidades. Diferentemente da Sociedade agrícola, na qual a maioria das pessoas consumia o que elas mesmas produziam, não sendo nem produtores, nem consumidores.

Já na sociedade industrial, o modo de ver o consumo também muda totalmente, ocorrendo a separação destas duas funções. A expansão do comércio entre Oriente e Ocidente, a Revolução Industrial, a maior oferta de mercadorias e transformação do consumo, foram alguns dos fatores que contribuíram para o consumo massificado, considerado por Bauman (2008), a guinada notável no curso da história moderna, um verdadeiro divisor de águas. Quando consumir bens se torna um vício, chegamos ao que chamamos de consumismo que é "um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontade, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes" (BAUMAN, 2008, p 41).

Após a era modernista, surgem os primeiros testes e pesquisas qualitativas, com a finalidade de melhor compreender os hábitos e motivações das relações levando em consideração os aspectos sociais, tecnológicos e econômicos. Tem-se a rápida expansão do consumo e da comunicação de massa, o enfraquecimento das normas autoritárias e disciplinares, o surto de individualização, entre outros. (LIPOVETSKY, 2007). O hiperconsumo é a exacerbação dos valores criados na sociedade de consumo envolvida em uma dinâmica social estruturada na compra dos mais diversos produtos. Nessa sociedade, as mercadorias que são consumidas adquirem um novo perfil, não fornecem apenas o status, mas também oferecem um estilo de vida específico ao consumidor. Transformações de ordem social, tecnológica e econômica modificaram completamente as relações de consumo, trazendo consigo um novo perfil de consumidor.

Torna-se uma visão interligada de consumo, cujo valor mercantil não é algo contido nos seus objetos, mas resultante das interações socioculturais em que os homens os utilizam (CANCLINI, 2008). Os consumidores do século XXI se diferenciam dos antigos consumidores por terem mais fontes de informação e comparação entre marcas e por isso desenvolveram um senso mais crítico do processo de compra. Para Lewis e Bridges (2004), os novos consumidores verificam rótulos, estudam conteúdos, comparam preços, ponderam opções, fazem perguntas pertinentes e sabem quais são seus direitos legais. Devido a uma série de mudanças ocorridas na sociedade a partir das décadas finais do século XX, o consumidor sofre hoje uma crescente escassez de tempo, atenção e confiança. São infiéis às marcas e relutam em oferecer confiança incondicional aos fornecedores (LEWIS e BRIDGES, 2004).

O uso do e-commerce como conhecemos hoje se iniciou quando as pessoas começaram a ter acesso à Internet de fato. A primeira venda em e-commerce aconteceu em 1994 e foi feita pela Pizza Hut. Os dois maiores e-commerces mundiais, Amazon e Ebay, foram fundados em 1995. A rede social facebook se tornou uma das mais fortes plataformas de apoio para a venda em lojas virtuais. No Brasil, a curva de crescimento do e-Commerce não para de subir, provando o quanto o mercado ainda está se convertendo para este meio, de modo acelerado. A instabilidade dos desejos e das necessidades, assim como a resultante tendência ao consumo instantâneo e à remoção, também instantânea de seus objetos harmoniza-se bem com a nova liquidez do ambiente em que as atividades existenciais foram inscritas e tendem a ser conduzidas no futuro previsível. (BAUMAN, 2008).

Segundo Baudrillard (2009, p. 19) o consumo invadiu todas as atividades sociais em um sistema organizado de busca de satisfação de necessidades, na qual o indivíduo é ambientado e aculturado. Atualmente, queremos novidades,

objetos, serviços, roupas, comidas, novas experiências e isso tudo porque estamos na incansável busca da felicidade e sentimos que consumir pode nos levar a ela. A felicidade revela-se como salvação, mas desde que encarnada no mito da igualdade e, para isso, ela precisa ser mensurável (BAUDRILLARD, 2009).

Até fevereiro de 2020, eram as disrupções tecnológicas o tema principal das mudanças no modo de vida, do futuro do trabalho e da concorrência entre humanidade e robôs. No entanto, veio da microbiologia a disrupção mais devastadora dos últimos tempos. Decretada em março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), a pandemia de Covid-19 encurtou o processo de digitalização e bruscamente transformou trabalho, aulas, reuniões familiares em eventos plataformizados. Vê-se uma ebulição tecnológica e econômica que interfere nas relações de consumo e um número cada vez maior de informações que atinge uma quantidade cada vez maior de pessoas. Para Latour (2020), em tempos de pandemia, além da suspensão econômica mundial, vive-se um momento para reflexão, de colocar tudo em questão e de não se fazer mais as coisas como fazíamos antes.

“Por exemplo, outro dia, mostraram na televisão um floricultor holandês, os olhos cheios de lágrimas, porque teve que jogar fora toneladas de tulipas já prontas para serem embarcadas: não podia mais enviar as tulipas de avião para os quatro cantos do mundo porque não tinha clientes. Só podemos lamentar, é claro; é justo que ele seja compensado. Mas então a câmera recuou, mostrando que suas tulipas são cultivadas hidroponicamente, sob luz artificial, antes de serem entregues aos aviões de carga no aeroporto de Schiphol, sob uma chuva de querosene. O que justifica a dúvida: "Será realmente útil continuar esta forma de produzir e vender esse tipo de flores?" (LATOURE, 2020)

Para o jornalista Clayton Melo, em artigo ao jornal El País, em consonância com a visão de vários futuristas internacionais, a COVID-19 é um “acelerador de futuros”. Melo oferece vários exemplos de como a sociedade se comportará após a pandemia. Será uma época de muito mais solidariedade e coopera-

ção, da realização de trabalho em equipe, seja nas comunidades ou nas empresas. O consumo será repensado, e não necessariamente apenas pela crise financeira decorrente da pandemia, mas porque as pessoas irão revisar os seus hábitos de consumo, onde o menos será mais, o consumo por consumir sairá de moda e entrará em cena o consumo consciente, guiado pelo impacto ambiental e no reflexo positivo que trará à sociedade. A crise na saúde pública oferecerá um verdadeiro reset social, permitindo uma reconfiguração dos espaços do comércio e o fortalecimento das experiências imersivas de shows e visitação a museus, o fortalecimento do trabalho e do ensino remotos, trazendo à tona novos sabores aos padrões, colaboradores, professores e alunos, além da explosão do e-commerce nas transações de compra e venda e da busca por novos conhecimentos.

Os consumidores do século XXI se diferenciam dos antigos consumidores por terem mais fontes de informação e comparação entre marcas e por isso desenvolveram um senso mais crítico do processo de compra. Atualmente, o que estamos vendo, principalmente após o surgimento das redes sociais, no início dos anos 2000, é uma participação cada vez maior do consumidor nos processos de criação e produção, tornando-o um influenciador em toda a cadeia. O uso que fazemos da rede tem o potencial de revolucionar a forma de operação das organizações, proporcionando ganhos significativos de produtividade, reinventando processos, reduzindo os custos operacionais e a eliminação de funções que não agregam valor (TURBAN et al., 2000, p. 76). "O valor mais característico da sociedade de consumidores, na verdade seu valor supremo, em relação aos quais todos os outros são instados a justificar seu mérito, é uma vida feliz" (BAUMAN, 2008).

A instabilidade dos desejos e das necessidades, assim como a resultante tendência ao consumo instantâneo e à remoção, também instantânea de seus objetos harmoniza-se bem com a nova liquidez do ambiente em que as atividades

existenciais foram inscritas e tendem a ser conduzidas no futuro previsível. (BAUMAN, 2008, p. 45). As Revoluções Industrial e da Informação foram movimentos singularmente inesperados. No entanto, uma diferença básica entre elas é o prazo de criação ou de adaptação. Ao contrário da Revolução Industrial, na qual alguns anos ou até mesmo décadas não proporcionavam necessariamente ao pioneiro, uma vantagem decisiva, nos tempos de Revolução da Informação, o período de apenas um ano pode significar aos pioneiros, uma vantagem difícil de ser superada (DRUCKER, 2000). Passados três anos de Pandemia da Covid-19, o professor israelense Yuval Harari por vezes se pronunciou sobre o tema, deixando suas impressões sobre as diferentes articulações científicas e políticas, realizando análise sobre a economia, tecnologia, governos e outros campos e os efeitos produzidos pelo vírus em uma perspectiva presente e futura. Neste trabalho, selecionamos três momentos diferentes para balizar e contribuir com o nosso tema: (a) artigo do Portal Universo On-Line (UOL) de março de 2020; (b) artigo do Instituto Humanitas Unisinos (IHU) de dezembro de 2020 e; (c) novamente um artigo do Instituto Humanitas Unisinos (IHU) de fevereiro de 2021.

Na nossa primeira análise, no artigo publicado no Portal Universo On-Line (UOL) de março de 2020, Yuval Harari, previu notadamente uma reestruturação econômica, política, cultural e de saúde: estávamos preparados para isso? O cenário que se apresentaria pós pandemia do Covid-19 será de otimismo segundo ele, pois a natureza de emergências como a do novo coronavírus, fazem com que processos históricos avancem muito rapidamente:

"As decisões que em tempos normais podem levar anos de deliberação são aprovadas em questão de horas. Tecnologias imaturas e até perigosas são colocadas em serviço porque os riscos de não fazer nada são maiores. Países inteiros servem como cobaias em experimentos sociais em larga escala. O que acontece quando todos trabalham em casa e se comunicam apenas à distância? O que acontece quando escolas e universidades inteiras ficam online? Em tempos normais, governos,

empresas e conselhos educacionais nunca concordariam em realizar tais experimentos. Mas esses não são tempos normais".

Apesar de muitas tecnologias ainda estarem embrionárias e, por isso, termos que assumir esses riscos, vamos assistir uma tecnologia que permitirá um salto no controle de doenças, como por exemplo, por meio de uma vigilância biométrica que poderá, além de controlar os nossos dados como pressão arterial, temperatura corporal e histórico médico, nos conhecer muito melhor e prever nossos gostos e sentimentos, nos manipulando para venderem o que quiserem: “um produto ou um político”. Harari complementa dizendo que, uma população motivada e bem-informada é mais poderosa e eficaz que uma população ignorada e policiada. Haverá naturalmente um embate entre a autoridade e a ciência, mas com o maciço compartilhamento de informações, a confiança na ciência, dados científicos e em especialistas prevalecerá.

A segunda análise, será o artigo publicado no Instituto Humanitas Unisinos (IHU) de dezembro de 2020, no qual Harari reafirma que a natureza nos deu um presente, um aviso, mas que coisas muito piores estão por vir.

“Durante a Covid-19, estamos vendo nas instituições de muitos países que a confiança se fragiliza até alcançar níveis alarmantes. Esta é a consequência das estratégias adotadas anos antes por aqueles políticos que buscam deliberadamente minar a confiança nos meios de comunicação, nas instituições acadêmicas e nas autoridades. Agora, percebemos como é perigoso, já que a confiança é o motor do sistema. Nosso mundo se baseia na confiança depositada em desconhecidos. Éramos caçadores-coletores há 50.000 anos e vivíamos em grupos muito pequenos, razão pela qual conhecíamos todas as outras pessoas que nos cercavam. Deste modo, confiávamos em quem conhecíamos. No mundo moderno, depositamos nossa confiança em instituições impessoais e colaboramos com milhares de milhões de desconhecidos, de forma que se essa confiança desaparece, o mundo inteiro desmoronará e toda a nossa civilização ruirá”.

O professor cita que agora, confiamos muito mais na ciência do que há alguns anos e que uma vez que tenhamos superado esta situação, mantenhamos a

mesma atitude em relação a outros problemas como a mudança climática ou o desastre ecológico, e que do mesmo modo que agora respeitamos os médicos e os epidemiologistas na hora de nos explicar o que acontece, façamos o mesmo com os cientistas especializados no clima, quando saímos desta crise.

Em uma terceira e última análise, no artigo publicado no Instituto Humanitas Unisinos (IHU) de fevereiro de 2021, em uma avaliação depois de um ano de Pandemia do Covid-19, Harari sugeriu que se a pandemia recrudescesse seria um “fracasso humano e, mais precisamente político”. Em sua avaliação, considera que a humanidade ainda está repleta de fraquezas e não imune a novas epidemias, mas que atualmente contamos com a ciência a nosso favor, como nunca fora para nos protegermos de novos patógenos, incluindo aqui o refúgio permitido pelo ambiente virtual.

“O ano de 2020 mostrou que a humanidade está longe de ser indefesa. As epidemias já não são forças incontroláveis da natureza. A ciência as tornou um desafio administrável. Os primeiros alarmes sobre uma nova epidemia começaram a soar em fins de dezembro de 2019. No dia 10 de janeiro de 2020, os cientistas não só haviam isolado o vírus responsável, como também conseguido a sequência de seu genoma e publicado a informação online”

Apesar de tudo, o professor israelense entende que nem tudo foi um desastre. Destaca que a Tecnologia da Informação teve um papel fundamental no processo de se evitar o colapso social, um mundo caindo em fome, um verdadeiro “apocalipse”. O mais importante da contribuição tecnológica foi que a Internet permitiu, para os países conectados, um confinamento prolongado, sem que o mundo material e o mundo virtual colapsassem, pelo contrário, sua estrada virtual suportou a explosão de tráfego de bytes de uma hora para outra. Cita ainda exemplos como a biotecnologia, o transporte de alimentos e de outros bens, as compras de vestuários em geral, entre outros e acentua que as áreas que mais so-

freram foram as que dependiam de movimentação de humanos como a aviação comercial e o turismo.

Harari nos deixa uma pergunta a ser respondida: por que as políticas públicas foram tão ineficazes? Em sua linha para contribuir com a resposta, ele menciona irresponsabilidades de governos ao redor do mundo, a limitação do poder científico e tecnológico em substituir o político, que leva em consideração interesses e valores e não como o científico que é extremamente mais colaborativo e cooperativo, compartilhando informação e trabalhando juntos em benefício da pesquisa. Ao continuar a abordar este tema, ele cita que governos negacionistas impulsionaram teorias conspiratórias, não criaram planos de ação conjunta para enfrentar a crise e muito menos foram feitos esforços sérios para reunir todos os recursos disponíveis, otimizar a produção global e garantir uma distribuição equitativa dos suprimentos, se preocupando de acusarem uns aos outros, de por exemplo ocultar informações vitais, disseminar fake-news e disseminação proposital do vírus.

Em seu um último eixo de análise, Yuval Harari contrapondo o papel positivo das tecnologias, nos alerta sobre o seu lado “B”: o perigo da ascensão de uma chamada ditadura digital”:

“A digitalização e a vigilância colocam em risco nossa privacidade e aparam o caminho para o surgimento de regimes totalitários sem precedentes”, alertou o pensador israelense. Em 2020, a vigilância em massa se tornou ao mesmo tempo mais legitimada e mais comum. Combater a epidemia é importante, mas merece a destruição de nossa liberdade no processo? Corresponde aos políticos, mais do que aos engenheiros, encontrar o equilíbrio adequado entre a vigilância útil e os pesadelos distópicos”.

Nessa esteira, o professor nos deixa duas regras básicas para evitar que sejamos pegos em uma ditadura como essa: (a) os dados pessoais que possam ser coletados, em particular sobre o que acontece dentro do corpo de alguém, deveriam ser utilizados para ajudar essa pessoa e não para a manipular, controlar ou

causar dano e; (b) que a vigilância sempre deveria ser de mão dupla, em um espírito de cobrança e acompanhamento. Em ambos os casos, podemos citar as diferentes legislações existentes para que os cidadãos possam se valer para se protegerem e para terem acesso às informações disponíveis. Na primeira regra, resgatamos a recente Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que estabelece marcos importantes para que as pessoas se sintam seguras quanto às suas informações pessoais e, na segunda regra, utilizarmos os mais variados data sets (conjuntos de dados) disponibilizados pelos governos, por meio dos Dados abertos governamentais, reunindo as aplicações de Dados abertos e Governos abertos, neste caso, capacitando o cidadão em saber como realizar o download dos dados, filtrá-los e consolidá-los para que possam chegar a um juízo de valor sobre as ações dos governos. Por fim, Harari cita três lições deixadas após esse período de Pandemia da Covid-19:

1. devemos salvaguardar nossa infraestrutura digital, pois foi nossa salvação durante esta pandemia, mas em breve pode ser fonte de um desastre ainda pior;
2. cada país deveria investir mais em seu sistema de saúde pública;
3. estabelecer “um poderoso sistema global para monitorar e prevenir as pandemias.

Café filosófico: sociedade do consumo

Bauman, durante a entrevista “Estratégias para a vida” para o Café Filosófico, exibido na TV Cultura, recorre ao filósofo francês Jean Baudrillard (1929-2007) para afirmar que vivemos uma sociedade do consumo. Neste contexto, pode-se classificar, por meio da análise de trechos em separado, o que é império, multidão e povo. Para exemplificar, as mídias de massa que desenvolvem verdadeiras estratégias para convencer o público a consumir algo ou mes-

mo em outras situações, como por exemplo quando um mercado varejista dispõe as suas gôndolas de forma a convencer os seus consumidores a comprar algo que nem haviam pensado, assumem o papel de império, enquanto os consumidores são povo, pois neste caso aceitam a massificação dessa ideia de consumo exagerado e imposto.

E quanto ao relacionamento humano em si? Novamente recorreremos ao Café filosófico para recordar dois momentos: a) Bauman refere-se aos conceitos da sociedade líquida, como individualismo, troca da liberdade por segurança, falta de compromisso e medo de amar; b) a sociedade em rede e a possibilidade única de conectar-se e desconectar-se quando quiser. Em ambos os casos percebe-se uma participação das grandes empresas de tecnologia, que são impérios, pois recriam uma sociedade virtual regrada a um verdadeiro oceano de facilidades e realizações que o mundo real não permite, aproximando pessoas que estão distantes, por exemplo (mas afastando pessoas que estão próximas) produzindo uma sensação de bem-estar quando podemos “ter” amigos e relações amorosas e nos desfazermos deles rapidamente.

Por fim, quando ambos conversam hipoteticamente sobre o artigo de Harari, Bauman exporia novamente os seus conceitos de sociedade líquida, com a falta de um valor para o humano que permitisse que a própria sociedade pudesse estabelecer regras de autorregulação que erradicasse o vírus e que vivemos uma era de extremos, da existência de uma sociedade medrosa, onde a democracia assume diferentes formatos ao longo da história. Nestes casos, os governos são claramente impérios, ao definirem as regras de acordo com as suas conveniências e gerarem embates de relacionamento diversos; as pessoas são povo quando têm que aceitar as regras impostas e os especialistas são multidão, pois possuem uma visão mais plural. De todo modo, Negri, Latour e Harari necessitam de tempo para assimilar a pandemia em curso.

Considerações finais

As pesquisas do polonês Bauman, do italiano Negri e do israelense Harari nunca estiveram tão imbricadas com os tempos atuais que a sociedade está vivendo. De partida, parece ser lugar comum que as implicações da pandemia sobre toda a humanidade serão devastadoras em todos os aspectos, considerando os seus efeitos sobre várias áreas do conhecimento humano, como a economia, comércio, educação, saúde, trabalho, relacionamentos e o jeito de ser das pessoas. Os três pesquisadores-chave deste artigo se debruçaram sobre as mudanças comportamentais da sociedade em que vivemos e possuem muitos pensamentos comuns. Eles, por exemplo, propõem reconfigurações dos espaços sociais. Segundo Yuval Harari, a sociedade contemporânea tem uma visão de mundo humanista, ou seja, o livre-arbítrio do indivíduo e da comunidade é a autoridade suprema. Se antes as maiores preocupações da humanidade eram a fome, as pestes e as guerras, no século XXI as pessoas são mais individualistas.

O mundo não será mais o mesmo e as consequências da pandemia e do isolamento social já começam a aparecer: inúmeros casos de síndrome de Burnout, também conhecida como síndrome do esgotamento profissional, doença mental que surge após o indivíduo passar por situações de trabalho desgastantes, crises de ansiedade e muitos outros sintomas decorrentes destes dois anos. Esperamos tempos de cooperação e solidariedade, de valorização da cultura e da ciência, da era da participação total e irrestrita, do compartilhamento de tudo, onde a cognição e a aprendizagem poderão ser redimensionadas, o que permitirá um comportamento mais emergente e no qual os papéis de império, povo e multidão serão adaptados para essa nova realidade.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin. Cultura, Consumo e Identidade. São Paulo: FGV, 2007.

BAUMAN, Zigmunt. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

_____. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. Vida para Consumo: A Transformação das Pessoas em Mercadoria. São Paulo: Jorge Zahar, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade do Consumo. São Paulo: Edições 70. 2009.

CAFÉ FILOSÓFICO. Estratégias para a vida. Zigmunt Bauman. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IyhOBYoBnsU>. Acesso em: 25 mar. 2020.

CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

CATALANI, Luciane. E-commerce. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

CORDEIRO et al. Loja virtual x Loja física. As vantagens e desvantagens do varejo online. 2010. 12p. Trabalho de Conclusão de Curso. Unaerp – Universidade de Ribeirão Preto – Campus Guarujá.

DELEUZE, Gilles. Conversações. São Paulo: Editora 34, 2017.

DRUCKER, Peter. Além da Revolução da Informação. Disponível em: http://www.strategia.com.br/Arquivos/Al%20m_da_revolu%20%30_da_informa%20%30.pdf. Acesso em 14.abr.2020.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós-Modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERRARI, Pollyana. Como sair das bolhas. São Paulo: Educ, 2018.

FERRARI, Pollyana. Fluido, fluxo: reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas [recurso eletrônico]. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2018.

_____. Comunicação digital na era da participação. [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora Fi, 2016.

FERRARI, Pollyana. Panorama da educação midiática em tempos de fake news: os Recursos Educacionais Abertos como boas práticas de literacia. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, ISSN: 2318-6372. Vol. 8, nº 16, julho-dezembro/2020, Unisinos, RS.

FERRARI, Pollyana; Hallage, Mariana L. Facebook Dating: discussões sobre impactos sociais do novo recurso tecnológico do Facebook. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/336225413_Facebook_Dating_discussoes_sobre_impactos_sociais_do_novo_recurso_tecnologico_do_Facebook.

Acesso: 23 out. 2021.

GIGLIO, Ernesto M. O Comportamento do consumidor. São Paulo: Thomson Learning, 2005.

HAN, Byung-Chul. A expulsão do outro: sociedade, percepção e comunicação hoje. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

HARARI, Yuval N. Homo Deus. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

_____. Sapiens – uma breve história da humanidade. São Paulo: L&PM, 2015.

INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS. “Coisas muito piores que a covid-19 nos aguardam, caso não abordemos o problema ambiental”, avalia Yuval Noah Harari. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/605579-coisas-muito-piores-que-a-covid-19-nos-aguardam-caso-nao-abordemos-o-problema-ambiental-avalia-yuval-noah-harari>. Acesso: 23 out. 2021.

_____ . Yuval Noah Harari: o que aprendemos em um ano de pandemia. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/607184-yuval-noah-harari-o-que-aprendemos-em-um-ano-de-pandemia>.

Acesso: 23 out. 2021.

JOHNSON, Steven. Emergência: a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. Multidão: Guerra e democracia na era do Império. Rio de Janeiro: Record, 2005.

LATOURE, Bruno. Imaginar gestos que barrem o retorno da produção pré-crise. 2020. Disponível em: http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/P-202-AOC-03-20-PORTUGAIS_2.pdf. Acesso em: 27 abr. 2020.

_____ . The promises of constructivism. 2003. Disponível em: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/87-CONSTRUCTIVISM-GB.pdf>.

Acesso em: 27 abr. 2020.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza. Informação em marketing: utilização da tecnologia da informação como diferencial em estratégias de marketing. São Paulo: Novatec, 2007.

LEWIS, David; BRIDGES, Darren. A alma do novo consumidor – São Paulo: M.Books, 2004.

LI, Charlene; BERNOFF, Josh. Fenômenos sociais nos negócios: vença em um mundo transformado pelas redes sociais – Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. E-marketing - O marketing na Internet com casos brasileiros. São Paulo: Saraiva 2003

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sobre uma sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MASUDA, Yoneji. A Sociedade da Informação. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1982.

MELO, Clayton. Como o coronavírus vai mudar nossas vidas: dez tendências para o mundo pós-pandemia. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/opiniao/2020-04-13/como-o-coronavirus-vai-mudar-nossas-vidas-dez-tendencias-para-o-mundo-pos-pandemia.html>. Acesso em: 14 abr. 2020.

OGP. Open government Declaration. Disponível em: <https://www.opengovpartnership.org/process/joining-ogp/open-government-declaration/>.

Acesso: 23. jun. 2021.

PLANALTO. Lei Geral de Proteção de Dados. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm/. Acesso: 23 jul. 2021.

Pesquisa web sobre o uso da Internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus: Painel TIC COVID-19 [livro eletrônico] = Web survey on the use of Internet in Brazil during the new coronavirus pandemic: ICT Panel COVID-19 / [editor] Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- 1. ed. -- São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021 2569 KB; PDF

SAHD, Luiza. Guru dos nossos tempos, Yuval Harari aponta os cenários pós-pandemia. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/28/guru-dos-nossos-tempos-yuval-harari-aponta-os-cenarios-pos-pandemia.htm>.

Acesso em: 26 mar. 2020.

TRINDADE, Rafael. Negri e Hardt – Multidão. Disponível em: <https://razaoinadequada.com/2015/07/15/negri-e-hardt-multidao/>. Acesso: 23 out. 2021.

TURBAN, Efraim. et al. Eletronic Commerce. A Managerial Perspective. USA: Prentice Hall, 2000.

VALDERRAMAS, Edgard L. B. A Tecnologia da Informação sem mistérios. São Paulo: Plêiade, 2010.

VENETIANER, Tom. Como vender seu peixe na Internet: um guia prático de marketing e comércio eletrônicos. Rio de Janeiro: Campus, 1999.