

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAL E PUBLICIDADE

VITÓRIA CAVALCANTI DE SOUZA

COMUNICAÇÃO E FIXAÇÃO DE CRENÇAS
Uma análise sobre mudanças de hábitos e questões ambientais

Brasília
2020

Vitória Cavalcanti de Souza

COMUNICAÇÃO E FIXAÇÃO DE CRENÇAS
Uma análise sobre mudanças de hábitos e questões ambientais

Monografia apresentada à Universidade de Brasília, como parte das exigências para a obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda

Local, 17 de Dezembro de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Priscila Borges
Universidade de Brasília (UnB)

Prof. Dr. Luiz Lasbeck
Universidade de Brasília (UnB)

Profª Drª Juliana Franco
Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG)

Dedico este trabalho a Rosiris e Guti, meus pais, e Catharina Vale, minha maior referência, pela inspiração, apoio, compreensão e por me ensinarem a lutar pelo que acredito.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: Primeira publicação do WWF no Instagram em 2014

FIGURA 2: publicação do WWF-Brasil sobre consumo de água

FIGURA 3: publicação do WWF-Brasil em comemoração ao dia do Rio

FIGURA 4: publicação do WWF-Brasil em comemoração ao dia do Rio

FIGURA 5: publicação do WWF-Brasil sobre a recuperação da Bacia do Paraíba do Sul

FIGURA 6: publicação sobre a Lei do Mar do WWF-Brasil

FIGURA 7: publicação do WWF-Brasil sobre o consumo e descarte de plástico

FIGURA 8: publicação do WWF-Brasil sobre a preservação das águas

FIGURA 9: publicação do WWF-Brasil sobre o consumo de plástico e seus impactos

FIGURA 10: publicação sobre o lançamento da série *Jornada das Águas*

FIGURA 11: publicação sobre o lançamento da série *Jornada das Águas*

FIGURA 12: publicação do WWF sobre o derramamento de óleo na região Nordeste

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: protocolo de classificação dos dados gerais

TABELA 2: protocolo de classificação após recorte temático

TABELA 3: relação por formato da publicação

TABELA 4: relação das publicações por tipo de publicação

TABELA 5: relação das publicações por tipo de linguagem que aparece nas imagens e no texto de legenda

TABELA 6: linguagem empregada nos textos de legenda de peças classificadas pelo método da autoridade

TABELA 7: relação entre linguagem e dados nas publicações do WWF-Brasil nessa categoria

TABELA 8: linguagem empregada nas publicações sobre água com elementos do método *a priori*

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: número de publicações do WWF em relação aos anos analisados

GRÁFICO 2: relação de publicações em relação aos meses analisados

GRÁFICO 3: distribuição por temas

GRÁFICO 4: classificação temática dessa publicações com relação ao tema da água

GRÁFICO 5: relação entre a indicação de mudança de comportamento e os tipos de linguagem empregados nos textos das publicações do WWF-Brasil sobre a água

GRÁFICO 6: tipo de comunicação dessa publicações do método científico

GRÁFICO 7: tipos de referências utilizadas nas publicações

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 7 |
| 2. APRESENTAÇÃO DO TEMA | 9 |
| 2.1 O papel da comunicação | 15 |
| 2.2 Crenças, hábitos e a questão ambiental | 19 |
| 3. REFERENCIAL TEÓRICO | 22 |
| 3.1 Como pensamos | 22 |
| 3.2 A formação das crenças | 28 |
| 3.3 Os métodos de fixação das crenças | 30 |
| 3.4 Hábitos e a fixação das crenças | 35 |
| 3.5 Comunicação onipresente | 37 |
| 3.6 Redes sociais | 40 |
| 3.7 O World Wide Fund for Nature Brasil | 47 |
| 4. METODOLOGIA | 50 |
| 4.1 Coleta de dados | 50 |
| 5. ANÁLISE DOS MATERIAIS | 57 |
| 5.1 Presença do WWF no Instagram nos últimos cinco anos: análise em termos gerais | 57 |
| 5.1.1 Análise por período | 58 |
| 5.1.2 Formatos, temáticas e tipos de comunicação | 59 |
| 5.1.3 Composição dos conteúdos e informações complementares | 60 |
| 5.2 Análise temática: o WWF e o tema da água no Instagram | 61 |
| 5.2.1 Dados gerais | 61 |
| 5.2.2 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: o método da tenacidade | 66 |
| 5.2.3 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: o método da autoridade | 72 |
| 5.2.4 Classificação das publicações em relação aos métodos de | 76 |

| | |
|---|-----------|
| fixação de crenças: o método <i>a priori</i> | |
| 5.2.5 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: o método científico | 80 |
| 5.2.6 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: desafios de análise | 87 |
| 6. CONCLUSÃO | 88 |
| 7. REFERÊNCIAS | 97 |
| 8. ANEXOS | 99 |

INTRODUÇÃO

Ainda que nem todo indivíduo se dê conta, a ciência está presente em todos os âmbitos de nossas vidas. Por mais que ainda existam aqueles que neguem a importância e a relevância do pensamento científico, nunca foi tão necessário voltarmos nossos olhares para essa área do conhecimento.

Como parte de nossa essência, do momento em que acordamos ao momento que nos deitamos para dormir, somos movidos por crenças, pela necessidade de acreditar em algo e partir desse ponto para uma ação e/ou reação. Mas o que está por trás de nossas crenças nem sempre são verdades objetivas, ou nem mesmo verdades. Estamos rodeados de vieses, influências e, principalmente, de pseudociências, artifícios utilizados para nos convencer, para consolidar crenças e possivelmente moldar nossos comportamentos.

Nossas relações com o consumo, com o mercado de trabalho, com outros indivíduos e até nossos hábitos ambientais estão diretamente ligados à forma como absorvemos as informações de diferentes fontes e as concebemos como verdades, a ponto de motivar nossas reações e ações do dia a dia. A importância do pensamento científico se enquadra justamente na tentativa de proporcionar informações e escolhas baseadas em ciência e não em achismos e ideologias, fornecer ao indivíduo as ferramentas necessárias contra crenças não justificadas ou não objetivas.

Vivemos a era da informação, do acesso, da disponibilidade. Mas a modernidade também é marcada pela importância do ceticismo, da razão e da dúvida, essências do pensamento científico e da ruptura com uma perspectiva de mundo dogmática e monopolizada. Contudo, ainda que essas marcas de pensamento estejam presentes, o movimento oposto também é recorrente e forte: presenciamos o crescimento e fortalecimento de uma orientação de visões de mundo a partir de um desejo de que algo seja de determinada forma e a não aceitação de todas as evidências contrárias a essas crenças pré-estabelecidas. Nesse sentido, para onde estamos direcionando o nosso ceticismo?

Uma pesquisa da Gallup Poll, empresa de pesquisa de opinião dos Estados Unidos, mostrou que 35% dos brasileiros desconfiam da ciência e 75% escolhem a religião quando obrigados a optar entre ciência e religião¹. Isto é, somos levados a acreditar na ciência apenas quando ela nos indica caminhos e verdades que condizem com nossas crenças anteriores.

A importância dessa percepção e da diferenciação de onde vêm nossas crenças e as verdades em que escolhemos acreditar ou seguir é compreender o impacto delas em nossos comportamentos individuais, coletivos e, principalmente, no meio em que estamos inseridos. Para além de nosso bem-estar e de nossas convicções, precisamos entender a extensão de nossas escolhas e de nossos hábitos mais inconscientes, traçar uma relação entre a forma como pensamos e as pegadas que deixamos ao seguir determinadas concepções.

Por exemplo, nossas crenças fazem parte de um conjunto de ações e de reflexões que nos dão o poder de salvar o planeta. Questões ambientais não se limitam aos tomadores de decisão ou às grandes empresas de tecnologia e da indústria. Nossos hábitos e comportamentos têm papel fundamental para parar aquilo que é prejudicial, para a implantação e promoção de tecnologias e economias mais verdes, bem como para a estabilização do consumo de recursos naturais, para a recuperação e conservação das riquezas naturais e para a criação de um mundo mais saudável, estável e do qual poderemos usufruir de forma perene.

Nesse sentido, é importante diferenciar o que compreendemos de nossas possíveis mudanças de comportamento, de hábitos e de nossas crenças. Ainda na pesquisa desenvolvida pela Gallup Poll, observamos que a maior parte da população compreende que o aquecimento global é real e preocupante, contudo, é difícil indicar em que medida a consciência de uma informação/verdade é suficiente para influenciar a mudança de comportamento nesse âmbito, como a diminuição do uso de carros e de combustíveis não renováveis, do abandono do uso de produtos mais poluentes ou mesmo a mudança de hábitos de consumo de bens naturais que estão cada vez menos disponíveis, como a água.

¹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/um-terco-dos-brasileiros-desconfia-da-ciencia-23754327>

Levando em consideração a importância da preservação do meio ambiente e a utilização responsável e racional de recursos ambientais, em específico de recursos hídricos, como questões que permeiam o nosso cotidiano e são diretamente impactadas por nossa forma de pensar e agir, neste trabalho discutiremos a questão da mudança de comportamento sob a perspectiva de nossas crenças e do pensamento crítico provocados pelos esforços de comunicação de uma organização relevante na área ambiental e cujos esforços estão na direção da promoção de hábitos ambientais mais conscientes.

Para construir essa discussão, apoiaremos-nos nos esforços de comunicação e da presença do World Wide Fund for Nature (WWF) Brasil em uma das redes sociais mais utilizadas atualmente, o Instagram. Essa é uma análise que se baseou na compreensão da importância da presença on-line de organizações e empresas que se dedicam à pauta ambiental e na possibilidade de interpretação e análise de peças de comunicação a partir da compreensão de hábitos, além dos modelos de informação transmitidos nessas plataformas. Entendemos que as redes sociais são um veículo importante devido ao seu caráter rápido, amplo, diverso e sempre inovador para comunicação e interação com públicos-alvo.

Buscamos compreender a questão a partir da revisão das estratégias de comunicação que promovem e estimulam mudanças de hábitos relacionados a questões ambientais, especificamente sobre recursos hídricos, com a análise da presença do WWF no Instagram, no que diz respeito às publicações sobre esse tema a partir da perspectiva semiótica de fixação das crenças. Nesse sentido, propusemos a compreender quais os papéis mais desenvolvidos pelas campanhas de conscientização do WWF no que se refere à fixação de crenças e à geração de dúvidas nessa área.

APRESENTAÇÃO DO TEMA

A forma como nos relacionamos com os principais temas sociais comumente é definida por como nossas mentes estão programadas para funcionar ante um problema ou decisão. Desde decisões cotidianas até a nossa relação com o meio ambiente, nossas ações são provocadas pelo mesmo processo mental: a fixação de nossas crenças.

Ao longo de nossa jornada de amadurecimento e crescimento, condicionamos muitas de nossas reações ao que chamaremos de sistemas de crenças, isto é, às diversas respostas que formulamos para os fatos que observamos, que nos são apresentados ou que experimentamos ao longo da vida. Respostas que carregam consigo valor de verdades e que nos proporcionam a certeza necessária para uma reação.

Nesse sentido, como nosso pensamento, nosso raciocínio e nossas ações podem desencadear padrões no nosso comportamento, inconscientemente, e como esses padrões podem ainda se repercutir e reproduzir em contextos coletivos, impactando muito mais que apenas o indivíduo?

Nossa forma de pensar funciona quase como uma memória muscular: passamos a maior parte de nossos dias repetindo movimentos, como caminhar, gesticular, pegar, levantar e abaixar, por exemplo. Nós não pensamos movimento a movimento o que é necessário para essas ações: elas são automáticas, programadas a partir de um estímulo e do hábito que se formou sobre cada ação. Essas respostas não se limitam ao nosso corpo, mas também dizem respeito a ações como manifestar uma opinião, reagir a uma informação, tomar uma decisão e até mudar um comportamento.

Ao longo deste trabalho, dedicaremos-nos a descrever o processo de estímulo e formação de hábitos mentais, ou seja, como nossas mentes são programadas para funcionar. Além disso, construir uma reflexão, como dito anteriormente, que demonstra como essa programação de estímulos e respostas tem impacto para além do indivíduo, mas também na sociedade em que está inserido. Essa discussão será fundamental para que possamos compreender como a crença está inserida na

discussão e promoção de hábitos de proteção ambiental e de consumo responsável de recursos naturais. Compreendemos a questão ambiental como uma das principais áreas de reflexão sobre o impacto de nossos hábitos e de nossas crenças em contextos que ultrapassam o indivíduo e a importância do olhar sobre o meio ambiente como uma responsabilidade de todos em vários aspectos de tomada de decisão.

Constantemente, perguntamo-nos como provocar mudanças reais sobre questões sociais, políticas, culturais e, principalmente, ambientais. Um elemento comum entre todos os temas é o comportamento coletivo, como as pessoas agem, escolhem, pensam e consomem.

Estar consciente sobre como nossos pensamentos funcionam e como impactam em nosso comportamento, além de compreender como consumimos informação, abre portas para que organizações, instituições e empresas, além de pessoas mais conscientes e críticas, mudem seus hábitos e provoquem transformações necessárias. Não se trata de simplesmente influenciar uma boa mudança, mas compreender o que está por trás dela e, conscientemente, optar, por exemplo, pela ação mais sustentável, pelo consumo mais consciente, pelo impacto mais positivo de suas escolhas cotidianas sob a ótica de verdades objetivas e lógicas.

Para isso, partiremos do pressuposto de que por trás de cada escolha, decisão, manifestação de opiniões, argumentos e perspectivas existe um processo natural gerado pela necessidade de resolver dificuldades ou dilemas que surgem no curso das mais diversas experiências humanas (HOUSER, 2016). Além disso, buscaremos compreender como o despertar da consciência sobre nossas crenças e hábitos tem papel fundamental na busca por soluções mais sustentáveis.

De acordo com Charles S. Peirce, ao vivenciar tais experiências, o indivíduo pode agir acreditando que partiu de um ato racional, como o processo que descrevemos antes: a partir do fato, a observação do fato, a formulação de hipóteses e a comprovação das mesmas. Contudo, a maioria, se não grande parte, de suas resoluções, na verdade, baseiam-se na satisfação de suas crenças (HOOKWAY, 1993). Isto é, ao nos deparar com uma situação que exige algum tipo

de solução, reação ou decisão, nossa resposta é orientada por um estado permanente de confiança que não prevê dúvida ou questionamentos. Seja ao opinar sobre um determinado tema, ao agir com base nessa opinião ou simplesmente reagir a uma experiência relacionada.

Agora começamos a compreender que, desde as situações mais simples até as mais complexas e inéditas decisões, estamos manifestando, de alguma forma, nossas crenças. O sentimento de crer, então, pode ser definido como uma indicação mais ou menos certa de que se estabeleceu em nossa natureza uma resposta às questões que requerem uma reação, resposta essa que se repete, se fortalece e se concretiza em algum hábito que determina nossas ações, sejam elas respostas automáticas e corriqueiras ou explicações sobre os temas de grande relevância social (SHORT, 2000).

Do estabelecimento de uma crença até a conseqüente formação de um hábito (sobre o qual falaremos mais adiante), é necessário compreender os processos pelos quais nossas mentes estão programadas a relacionar os fenômenos que vivenciamos, as observações que fazemos sobre eles, assim como as informações recebidas e as certezas que construímos tanto individualmente quanto coletivamente.

Quando pensamos nos sistemas de crenças e em como são fixadas, aproximamo-nos de uma das questões centrais motivadoras deste trabalho: como nosso comportamento se dá a partir de reações habituais e as possibilidades de manipulação que decorrem da consciência (ou não) desse processo, bem como a reflexão sobre temas de grande importância que podem ser trazidos para a agenda popular de uma forma mais consciente e crítica, para além da influência ou da desinformação.

Por um lado, sabemos que precisamos de nossas crenças, que nos baseiam para nossas ações do dia a dia, sejam elas de natureza vital ou de simples solução (HOOKWAY, 1993). Contudo, essa disposição também está associada à segurança de que nossa crença está diretamente ligada a uma verdade.

De acordo com Peirce, para que uma crença tenha consigo valor de verdade, essa precisa ser construída a partir do raciocínio lógico e não pode ser formada

somente pelo “pensar” de um indivíduo. A verdade objetiva, ou mesmo a realidade, sobre as quais trabalharemos nesta pesquisa, só podem ser encontradas a partir de eventos externos, pela experimentação e pelo questionamento:

Para Peirce, a realidade é algo independente do que os indivíduos possam pensar dela. A realidade pode afetar nossos pensamentos, produzindo uma ideia que coincide com ela. Mas a realidade em si é sempre um objeto externo (um objeto dinâmico), não um objeto imediato de pensamento (BORGES & GAMBARATO, 2019, p.605).

Ainda que muitas crenças se construam sobre evidências e a partir da realidade externa aos nossos pensamentos e tendências, muitas crenças ainda são baseadas em vieses políticos, ideológicos, autoritários e até mesmo contextuais.

Por isso, se estamos tão dispostos a tomar nossas crenças verdades e se somos guiados por elas, precisamos entender sua origem, como se tornaram sistemas infalíveis e se de fato estão sendo criticamente avaliadas e, principalmente, questionadas.

Retomando a relação que fizemos com nossa memória muscular, é possível descrever, para além da ausência do ceticismo sobre nossas crenças, uma predisposição imperceptível à manipulação de nosso comportamento. O poder de prever um comportamento ou um padrão de comportamentos também abre a possibilidade para que soframos um “empurrão” em direção a uma decisão ou ação que não é provocada pelo nosso ato racional, mas pelo hábito.

Compreender como nossa mente constrói crenças é um processo essencial, mas não muito frequente. Nas palavras de Peirce (2008), “toda a gente se concebe a si própria como sendo já suficientemente versada na arte de raciocinar” e acabam limitando-se a compreender a realidade de uma única perspectiva. Por fim, como dissemos, podemos ser levados a acreditar em uma premissa pela nossa tendência, mais do que pelas comprovações que nos são apresentadas sobre ela (PILATI, 2018).

É muito provável que, se não compreendermos a forma como construímos e mantemos as crenças que manifestamos em nossas opiniões sobre cada assunto debatido, estaremos suscetíveis a nos distanciar de qualquer convicção diferente das nossas, mesmo que existam sinais de que essa não seja uma verdade infalível.

Por uma perspectiva peirciana, o indivíduo possui naturalmente uma tendência a acreditar e tomar como certeza algo que já estava previamente inclinado a concordar.

Isso pode ocorrer pois a necessidade do indivíduo de manter suas crenças pode, inclusive, levá-lo a ignorar outras evidências, assim como a elaborar justificativas para que não exista dúvida sobre aquilo que acredita. É natural que queiramos evitar o estado inquietante de questionamentos, mas, ao fazê-lo, também evitamos colocar nossas opiniões à prova, assim como a fonte de informações de em que a crença inicialmente pode ter surgido.

O incômodo da dúvida pode até gerar um sentimento de crise, de crescimento das incertezas e divergências que podem levar à desintegração de vários sistemas que fundamentam a forma como vivemos, como um sistema político, por exemplo.

Tememos a dúvida pois a associamos ao regresso, ao retorno a um estado sem direção, sem reação, sem resposta possível. Para o sociólogo, antropólogo e historiador francês Edgar Morin (2020), a nossa civilização solidificou uma necessidade cada vez maior de certezas, muitas vezes ilusórias e frívolas, que nos impedem de reconhecer as incertezas como parte fundamental da inovação, das descobertas e como resultado da experiência e do desenvolvimento da própria vida.

Ao endossar essa forma de crença infalível, também podemos fortalecer sistemas e condicionamentos sociais falhos, pela simples conformidade e pela validação social que receberam ao longo de diferentes gerações.

Essa aliança também é uma forma de validação sob a qual nos apoiamos por uma ilusão de conformidade e de integração das nossas opiniões, julgamentos e ações, vistos os nossos grupos sociais. Em um encontro com nossos amigos em uma mesa de bar, essa validação pode parecer inofensiva, assim como em outras experiências e situações corriqueiras que, isoladamente, não transmitem a conformidade e o respaldo de padrões irreais.

Vivemos um período em que é comum a valorização de crenças acima do conhecimento e da verificação de nossas ditas verdades. Isto é, um período em que nossos questionamentos se voltam apenas para aqueles que

não defendem as mesmas perspectivas nas quais ancoramos nossas respostas sobre o mundo.

Para Peirce (2008, p.39), “parecemos ser constituídos de maneira que, na ausência de quaisquer fatos que o demandem, estamos felizes e auto-satisfeitos; de modo que o efeito da experiência é continuamente encolher nossas esperanças e aspirações”.

Existe, portanto, uma necessidade latente de reconhecimento das certezas como ilusão, da desconstrução das crenças e do questionamento de nossas convicções, obstinações e certezas. Uma desconstrução em prol da investigação e da fundamentação de nossas crenças e fatos, uma forma de descrever o conhecimento e o processo científico.

O estado de crença, como dito, é inerente ao ser humano e é buscado incessantemente. Entretanto, a importância da dúvida também se constitui, por outro lado, na possibilidade de motivar nossa busca por novas garantias e certezas que sejam constantemente revistas, questionadas e, de preferência, avaliadas através da pesquisa e da observação da realidade de forma acurada, idealmente evitando vieses e partindo de evidências. O estado de incômodo da dúvida é combustível, em muitos casos, para o pensamento racional e crítico e a motivação da pesquisa.

Apesar do paradoxo, o ciclo infundável de dúvida, investigação e crença é o que proporciona descobertas e avanços fundamentais para o homem e os contextos em que se insere. Este ciclo também é o alicerce do cientista e da ciência, partindo da racionalidade e do ceticismo para chegar a conhecimentos, mesmo que biodegradáveis. Ainda que tenhamos que aprender a conviver e lidar com a ansiedade e inquietude despertadas pela incerteza, ao desconstruir a certeza e promover o instinto investigador podemos ampliar a nossa compreensão do mundo, de nossas necessidades, soluções e novos sistemas sociais.

Neste ciclo, ainda é importante refletir sobre como se manifestam os diferentes tipos de crença. De onde vêm as influências, indícios e estímulos que nos levam às hipóteses, conclusões e conseqüentemente à formação de nossos hábitos reflexivos e comportamentais?

2.1 O papel da comunicação

Diariamente, somos bombardeados por estímulos, referências, sugestões e indicativos sobre nosso comportamento, nossa identidade e até sobre o nosso papel como cidadãos. Tome o exemplo de um grupo de amigos que debatem como referência: não é difícil imaginar como podem ter sido influenciados por inúmeras fontes até o momento de manifestar suas opiniões, assim como ao reagir sob determinada condição. Entre as inúmeras fontes mencionadas ao longo da nossa discussão, imagino que não seja incomum a menção às redes de comunicação.

A comunicação exerce papel reconhecidamente importante em práticas sociais, políticas, educacionais, culturais e econômicas. Jornais, revistas, anúncios, comunicados, rádios, podcasts, redes sociais, entre tantos outros exemplos de produtos e conteúdos comunicacionais, oferecem-nos um prato cheio de informações que podem servir de base para nossas crenças ou mesmo fortalecê-las. Passando por questões como saúde, consumo, entretenimento, tecnologia, política, sexo, religião e meio ambiente, recebemos todo o tipo de informação que passa por conhecimento e constitui, inclusive, uma forma de autoridade e de base confiável para nosso julgamento e certezas.

As comunicações constituem, ao mesmo tempo, um importantíssimo setor industrial, um universo simbólico que é objeto de consumo maciço, um investimento tecnológico em expansão ininterrupta, uma experiência individual diária, um terreno de confronto político, um sistema de intervenção cultural e de agregação social, uma maneira de se informar, de entreter-se e de passar o tempo etc. (SANTAELLA, 2001, p.2, grifo do autor).

Para Peirce, existem quatro formas de satisfazer a investigação e abandonar o estado incômodo de dúvida. Os métodos são brevemente descritos como *a priori*, método da tenacidade, método da autoridade e método científico. Neste trabalho, será de grande importância compreender como os métodos pelos quais fixamos crenças podem se relacionar com as redes de comunicação e os diferentes tipos de comunicação com os quais convivemos, principalmente a partir da perspectiva de uma revolução digital e da disseminação sem fronteiras de informações.

Inúmeros são os fatores que podem levar ao estabelecimento de uma crença, como veremos mais adiante ao nos aproximarmos dos diferentes métodos de fixação. Além de perceber esses fatores no processo de construção e fortalecimento de crenças, dedicaremos-nos a identificá-los em fenômenos comunicacionais e elucidar os dois processos como fortemente relacionados e, em muitos casos, interdependentes.

O protagonismo da comunicação nesse processo de apropriação de certezas também será explorado a partir da perspectiva de que ela é, ao mesmo tempo, um mecanismo de validação de crenças e uma “fábrica” de novas crenças que têm diferentes vieses e impactos em nossa forma de agir e reagir em sociedade.

Devido às diversas transformações tecnológicas vivenciadas a partir da expansão do uso da internet e suas novas formas de organização, torna-se cada vez mais desafiador discutir as redes de comunicação e seu papel no processo de fixação de crenças. Por um lado, vemos que as tecnologias de informação e comunicação reconstróem e ressignificam nossas relações com os meios em que estamos inseridos (digitais ou não) e com outros indivíduos. Por outro lado, questionamos como podemos utilizar essas mudanças para desenvolver novos modelos de articulação com responsabilidade social.

Enquanto estudiosos de comunicação, estamos constantemente produzindo conhecimento sobre essa área das ciências aplicadas. Assim como na medicina, engenharia e antropologia, a comunicação tem espaços fundamentais de investigação que antecedem cada produto de mídia, assim como suas plataformas e meios.

Os sistemas tecnológicos complexos de comunicação e informação certamente passaram a exercer um papel estruturante na organização da sociedade e da nova ordem mundial; Tendo isso em vista, sou levada à hipótese de que, dada a onipresença dos fenômenos comunicacionais, a comunicação como área de conhecimento está cada vez mais tomando o lugar de uma ciência piloto para cujas questões acabam convergindo muitas outras ciências. No centro dessas questões, reside a noção das redes de comunicação, uma noção que não se deixa entender à luz de uma visão estritamente tecnológica, pois o funcionamento das redes de comunicação apresenta semelhanças com o comportamento do sistema nervoso, do sistema imunológico, podendo ser simulado através de programas computacionais que estão no foco das preocupações dos cientistas de inteligência artificial (SANTAELLA, 2001, p.4).

Comumente relacionamos esse espaço de investigação aos ambientes acadêmicos, mas devem ser considerados ainda os campos de estudo que originam campanhas publicitárias (de público, mídia, formatos, etc.), assim como as investigações jornalísticas, o estudo da experiência do público e dos usuários, entre outras tantas ferramentas de pesquisa que não só fundamentam nossa produção, como justificam nossos esforços e os impactos almejados.

Mas seria essa a única possibilidade de dúvida ao longo do processo comunicacional? A comunicação também não pode ser vista, mesmo que a partir do produto final, já consumido pelo público, como um estímulo de dúvida e questionamento, vista a necessidade de uma nova forma de racionalização e de provocação do ceticismo necessário para a condução de novas formas de crenças e hábitos? Vistas as duas respostas, como os sistemas sociais podem ser impactados por esse novo modelo de comunicador e de consumidor da mídia?

Retomando a discussão sobre o período que vivemos acredita-se que é necessário recentralizar a ciência não só na forma como refletimos sobre questões essenciais, mas também em como consumimos a informação que suporta a nossa reflexão. Um processo de reavaliação que precisa ser destacado não só para o consumo de informações, mas para produção.

Em um contexto em que somos, ao mesmo tempo, consumidores e produtores de informação (em novas e renovadas plataformas como em redes sociais ou programações participativas de mídias mais tradicionais), reforçamos a importância da comunicação consciente e da compreensão dos impactos possíveis a partir da mensagem que se produz e consome. Pensar a comunicação como campo de construção de conhecimento é, além de outras coisas, reconhecê-la como elemento fundamental de provocação da mudança que acreditamos necessária.

Ao produzir e disseminar informações, o processo de investigação que suporta e respalda o que defendemos enquanto comunicadores precisa ser elemento essencial do produto final. Contudo, surge uma nova necessidade no

processo comunicacional, a desconstrução da crença, das verdades absolutas e afirmações irrefutáveis.

De questões como política, economia, cultura e até sustentabilidade, por exemplo, já enxergamos o potencial de redes de comunicação, como aponta Santaella (2001):

A comunicação invadiu todos os domínios: a empresa e seu proeminente setor de “relações humanas”; o marketing, antes restrito ao produto, hoje recobrando a imagem da própria empresa; os meios políticos inteiramente entregues ao marketing político e à imagem de marca; a imprensa, o audiovisual e a edição nos quais a rubrica da comunicação floresce; as psicoterapias que se pretendem comunicativas, e até as ciências exatas – física e biologia – estão contaminadas pelo vocábulo “comunicação” (SANTAELLA, 2001, p.2).

Nesse sentido, qual papel a comunicação vem desempenhando na mobilização de indivíduos e comunidades em questões cujas nossas crenças precisam não só ser questionadas, como testadas e recolocadas em prol do bem-estar coletivo?

2.2 Crenças, hábitos e a questão ambiental

Inúmeras medidas de preservação e conscientização têm sido tomadas ao longo dos últimos anos em pautas variadas e o papel da comunicação para mobilizar, sensibilizar, engajar a população sobre a importância de uma mudança de comportamento é objeto de estudo de várias áreas das ciências sociais em todo o mundo.

O bem-estar coletivo, a proteção ambiental, a igualdade, entre outros temas de grande relevância têm sido abordados com uma série de intervenções, como campanhas informativas, campanhas promocionais, ações sociais, movimentos coletivos e até políticas públicas em prol de mudanças de comportamento individuais. A revolução nas redes de comunicação e nas diversas tecnologias de informação não foram os únicos grandes movimentos provocados pela revolução industrial. O consumo desenfreado, a urbanização e o esgotamento dos recursos

naturais do planeta também são fenômenos com os quais nossa sociedade precisa lidar diariamente.

Infelizmente, a atenção e a mobilização de recursos e ações para reverter o desgaste ambiental potencializado desde meados do século XVIII ainda não são suficientes. Atingimos tamanho desequilíbrio ambiental que o recurso mais básico e abundante de nosso planeta não é acessível para todos: a água.

A água é um recurso natural essencial para a sobrevivência de toda a vida terrestre e, ao mesmo tempo, o mais ameaçado. Apenas 1% de toda a água que cobre o planeta é considerada potável e adequada para o uso diário de 7 bilhões de homens e mulheres que dependem deste recurso e não conseguiriam viver mais que 72 horas sem ele (ONU, 2017).

Apesar de sua importância, a escassez da água tem se tornado um problema cada vez mais comum em vários países. Com base no último Relatório Mundial da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre Desenvolvimento dos Recursos Hídricos (2019), além de fatores como o crescimento exponencial do uso da água (com o aumento da população), do uso não sustentável do recurso na agricultura e na indústria e da quantidade de água residual no mundo, fatores naturais, como a mudança climática e o desperdício, também são responsáveis pelo “estresse hídrico” desencadeado nos últimos anos.

No Brasil, os recursos hídricos representam 11% do total dos recursos mundiais consumíveis, mas, ainda que o país apresente taxas elevadas de disponibilidade de água, o consumo é limitado pela degradação da qualidade da água disponível e pela concentração de demanda em grandes áreas urbanas, além do consumo industrial e de irrigações.

Mais especificamente no Distrito Federal, em função da crise hídrica enfrentada desde 2017, uma série de ações foram tomadas por parte do governo para que o consumo de água fosse mais consciente. Para a Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal, a promoção de hábitos mais sustentáveis de uso de água poderia ajudar a controlar os níveis dos reservatórios (FERNANDES, 2019).

Apesar das intervenções, os reservatórios ainda ficam, em períodos de seca e de diminuição dos volumes, 15% abaixo do nível esperado, o que ocorreu tanto no final de 2017 quanto até meados de 2018 (GALVÃO, 2018). Esse dado pode demonstrar uma necessidade de medidas para promover a mudança do comportamento de consumo da população, que orientem para hábitos mais conscientes e adaptados aos períodos de crise hídrica.

Com esses fatores combinados, a importância da conscientização popular se acentua, carregando consigo uma reflexão importante sobre o papel da comunicação e dos diferentes formatos comunicacionais em provocar mudanças reais nas crenças cotidianas sobre nossa relação com nossos recursos naturais, além de nosso papel e o impacto de nossas decisões com base nos sistemas de crenças que construímos sobre essa temática.

REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Como pensamos

Para compreender melhor o universo de crenças, hábitos, ciência e comunicação que norteia o nosso estudo, voltamos nosso olhar para a teoria semiótica e às definições que nos ajudam a compreender a mente humana e o processo que é gerado pela necessidade de resolver dificuldades ou dilemas que surgem no curso de nossas experiências (HOUSER, 2016).

Para começar, concentramo-nos na semiótica como disciplina filosófica e científica e em dois de seus três ramos de concepção. São eles: a lógica crítica e a retórica especulativa ou metodêutica (SANTAELLA, 2001, p.114). Teremos esses dois ramos como orientadores de nossa pesquisa ao nos debruçar sobre tipos de inferências, raciocínios ou argumentos, além da análise dos métodos de investigação originados por cada forma de raciocínio.

Assim como Peirce, tentaremos explorar a ciência e o fazer científico ao longo desse trabalho, contudo, é necessário ampliar o olhar e compreender os processos que antecedem a ciência:

De início, Peirce definiu que o principal propósito da lógica estava em aprender os modos de conduzir qualquer investigação ou pesquisa. Bem depressa descobriu que, preliminarmente à isso, era requisito classificar os raciocínios, determinando as propriedades relativas e o valor de qualquer raciocínio. [...] Foi nesse ponto que Peirce se deparou com os signos. Como se pode ver, sua indagação veio de trás para diante. Queria descobrir os métodos de conduzir uma pesquisa, percebeu que deveria antes estudar os raciocínios. Mas para estudá-los, precisava estudar como eles se corporificam em signos, não apenas em símbolos, mas em variadas espécies de signos. Tem-se aí os três ramos da semiótica: dos signos para os raciocínios e destes para os métodos de pesquisa (SANTAELLA, 2001, p. 115).

Ao nos deparar com circunstâncias que pressupõem uma resolução, podemos partir de um chamado instinto, uma resposta rápida e automática provocada pela combinação do contexto e do que aprendemos de nossa experiência anterior. Por outro lado, o indivíduo também pode reagir de forma reflexiva, avaliando as

evidências da situação, o conhecimento prévio que detém e tirando conclusões e sua resposta a partir da veracidade das anteriores.

Colocando as duas formas de resposta em perspectiva, percebemos que podemos confundi-las, trocando o ato de pensar pela capacidade de raciocinar. Para Charles Peirce (2008), o instinto é um processo natural do ser humano, enquanto o raciocínio só pode ser afirmado a partir da lógica.

Poucas pessoas se preocupam em estudar a lógica, porque todos concebem a si mesmos como já sendo suficientemente versados na arte de raciocinar. [...] A plena posse de nosso poder de fazer inferências é a última das faculdades que adquirimos, pois não se trata de um dom natural, mas de uma longa e difícil arte (PEIRCE, 2008, p.35).

Tomemos um exemplo para guiar a nossa reflexão sobre o pensamento humano e o raciocínio lógico². Em um processo seletivo, o examinador pergunta a dois candidatos qual é a altura do prédio no qual a seleção está sendo conduzida. O primeiro candidato afirma que, ao cursar arquitetura, memorizou a altura de todos os prédios da cidade e não teria dificuldades com a resposta, 155 metros de altura. Já o segundo candidato responde que não conhece a altura do prédio, mas pede ao examinador para que vá até o jardim, onde, refletindo sobre a relação entre sua sombra, a sombra do prédio e ambas as alturas, chega à resposta aproximada de 150 metros.

Mesmo com resultados diferentes, os candidatos demonstram, de forma ilustrativa, as diferenças entre raciocínio e uma resposta pré-programada. Enquanto o primeiro candidato responde com base em uma concepção que fixou ao longo dos anos, o segundo candidato demonstra dominar o processo de investigação e inferência³.

Enquanto algumas pessoas se apegam ao que devem pensar, outras se dedicam à arte de aprender como pensar, isto é, raciocinar. Na concepção de Peirce:

² Neil DeGrasse Tyson sobre o pensamento científico, disponível em: <https://bit.ly/NeilDeGrasseMasterClass>

³ De acordo com a teoria semiótica, entendemos a inferência como a prática de derivar conclusões a partir de premissas conhecidas ou decididamente verdadeiras pelo indivíduo

O objetivo do raciocínio é descobrir, a partir da consideração daquilo que já sabemos, alguma coisa que desconhecemos. Conseqüentemente, o raciocínio é bom se for tal que forneça uma conclusão verdadeira a partir de premissas verdadeiras e não de uma outra maneira. Assim, a questão de sua validade é puramente uma questão de fatos e não do simples ato de pensar (PEIRCE, 2008, p.39).

Ao responder de imediato à pergunta do examinador, o primeiro candidato demonstra o processo que descrevemos no início deste capítulo. Ele recorre ao que compreende como uma verdade infalível, uma resposta aprendida pela sua experiência, que vem a ele de forma prática e até habitual. Existem questões em nosso cotidiano em que precisamos reagir dessa forma, visto que, a cada momento de nossos dias, somos provocados a tomar uma ação, da mais simples à mais complexa.

Da perspectiva de Lúcia Santaella (2001):

Excluindo-se assim o psicológico, as estruturas do raciocínio ficam reduzidas, portanto, a inferências abstraídas dessa esperanças, medos, alegrias, dores e angústias que se enroscam em nossos pensamentos. Raciocínios são, nessa medida, o esqueleto da vida do pensamento, forma desprovida de seus conteúdos específicos, contextos, texturas e qualidades sentidas. Vem daí a distinção entre cognição e raciocínio, pois a primeira envolve todos esses aspectos (SANTAELLA, 2001, p. 116).

A diferenciação entre o pensamento (cognição) e o raciocínio, contudo, ainda não é suficiente. É necessário compreender os diferentes tipos de raciocínio, definidos pelo autor em três classes universais: abdução, indução e dedução. Esses métodos são, para Peirce, mais do que modelos. Tratam-se da compreensão do que está enraizado em nossas mentes e são os responsáveis pela forma que assumem os nossos pensamentos, conclusões, opiniões e nossas crenças. Por essa razão, são definições que não dizem respeito apenas ao fazer científico e à investigação científica, mas ao nosso cotidiano e como estamos dispostos a reagir perante qualquer questão que precisa de solução (SANTAELLA, 2001, p.117).

De forma breve e resumida, podemos dizer que a dedução é o método de raciocínio lógico cuja conclusão depende da observação de uma regra e sua premissa em uma observação/fenômeno. Por outro lado, a indução é o método que busca a regra a partir da observação da conclusão e da premissa. Por fim, o método

abduativo é a forma de raciocínio lógico em que utilizamos conclusões e regras para definir a premissa.

Compreender os diferentes métodos de raciocínio, como se aplicam em nossos cotidianos em contraste com sua aplicação na investigação científica é etapa fundamental para começarmos a compreender nossos sistemas de crenças, mas, principalmente, compreender a perspectiva da validade do raciocínio e da objetividade das verdades a que chegamos ao exercer os diferentes métodos.

Nossas mentes passam por uma outra forma de transição desde a exposição à informação até a nossa inclinação a tomar uma decisão com base no dado apresentado. É nessa transição que nos deparamos com o raciocínio e, mais especificamente, o raciocínio lógico. Não se trata somente de reunir fatos em um estoque mental para vencer um *reality show* de conhecimentos gerais, mas de compreender as premissas, formular hipóteses e chegar a conclusões. Mais que isso, é sobre aprender a fazer perguntas e, mais a frente, investigar.

Esse processo de questionamento, avaliação e processamento dessa informações que recebemos acontece em várias situações de nossa vida cotidiana, como Peirce (HOOKWAY, 1993, p.06) define ao diferenciar os tipos de questões com as quais nos deparamos e as nossas respostas a essas questões, que podem ser de natureza simples ou vital. Um médico que está operando seu paciente não tem o tempo necessário para questionar o conhecimento colecionado ao longo de sua preparação profissional e os diagnósticos do paciente em uma situação entre vida e morte, ele precisa confiar em suas crenças o suficiente para agir em relação a elas e tomar decisões sobre o procedimento que está conduzindo. Ao mesmo tempo, esse mesmo médico, em um outro contexto de avaliação de um paciente, precisa conduzir uma investigação sobre sintomas, resultados de exames, histórico do paciente e o conhecimento médico que possui para chegar a um diagnóstico e só então determinar um tratamento.

Antes de qualquer disposição para a ação, todo indivíduo percorre caminhos semelhantes de raciocínio, podendo ser o caminho de confiança no que já se sabe, nas informações e dados que colecionamos (nossas respostas programadas) ou mesmo percorrer um processo mais longo, que podemos compreender a partir

dessa classes universais do raciocínio lógico e ao nos aproximar das investigações que conduzimos no nosso dia a dia ou em contextos em que exercemos a ciência (assunto sobre o qual nos aprofundaremos mais adiante).

Ao nos referir às classes universais pelas quais se define o raciocínio lógico, como mencionado acima, descrevemos o caminho percorrido pela mente para chegar a uma conclusão e à definição de uma crença. Mas, para além do “como” também exploraremos a importância do raciocínio na validação de nossas conclusões. Independentemente do que estivermos observando ou das respostas que buscamos, é importante perceber evidências e relações lógicas entre as premissas que nos são apresentadas ou que formulamos, a fim de aumentar a confiança que podemos depositar nas conclusões que encontrarmos para nossas hipóteses.

Podemos conceituar as três classes universais de raciocínio a partir da explicação de Lúcia Santaella (2001) sobre cada uma delas, de acordo com a análise da autora sobre as definições de Charles Peirce. Uma classificação comumente usada no estudo da lógica e do conhecimento:

[...] para Peirce, não se trata apenas de tipos de métodos, mas de métodos que estão enraizados em nossa mente, pois se constituem nos tipos de raciocínio que dão forma aos nossos pensamentos e inferências. Por isso mesmo, não são métodos utilizados apenas pela ciência, mas fazem parte de nossa vida cotidiana, com a única diferença de que, na ciência, esses raciocínios são burilados através da lógica (SANTAELLA, 2001, p.117).

Começando com a dedução, nos deparamos com a forma de raciocínio que corresponde à tentativa de determinação da conclusão, utilizando uma regra (um padrão, por assim dizer) e uma premissa. Nesse modelo, saímos de um estado de hipótese que se baseia em características referentes àquela situação específica. É um tipo de raciocínio de predição com base em dados de certeza (SANTAELLA, 2001, p.118).

Por outro lado, quando nos referimos à indução, o raciocínio busca a determinação da regra, a partir da observação de várias ocorrências de uma mesma conclusão, seguindo a premissa apresentada.

Esse raciocínio ocorre quando aquele que raciocina já está de posse de uma teoria mais ou menos problemática (variando de uma apreensão

puramente interrogativa até uma forte inclinação com pouca dúvidas). Tendo refletido que, se essa teoria é verdadeira, então, sob certas condições, certos fenômenos deveriam aparecer [...] o raciocinador procede ao experimento, isto é, ele preenche essas condições e presta atenção aos fenômenos preditos. [...] A justificativa lógica para isso é que, se esse método for persistentemente aplicado ao problema, ele deve, com o tempo, produzir uma convergência, embora irregular, para a verdade (SANTAELLA, 2001, p.118).

De acordo com Santaella (2001), é necessário destacar que, ao raciocinar de forma indutiva, temos a avaliação da situação de uma perspectiva probabilística, mesmo que objetiva. Por isso, as conclusões a que chegamos com esse raciocínio são “para nos dizer aproximadamente com que frequência, no curso de tal experiência, a qual nos experimentos caminham para construir, uma dada espécie de evento ocorre” (SANTAELLA, 2001, p.119).

Por fim, existe ainda o método de abdução, característico pela essência criativa. De acordo com Peirce, é o método mais original e o mais comum em nossas vivências cotidianas e surpreendentes. Trata-se da determinação de uma premissa, que pode ser obtida pela observação da regra e até das conclusões.

A abdução segue alguns passos: (1) a observação criativa de um fato; (2) uma inferência que tem a natureza de uma adivinhação; (3) a avaliação da inferência reconstruída. Em síntese, trata-se de um tipo de raciocínio que, sem deixar de ter forma lógica, tem um caráter instintivo e é, antes de tudo, um processo vivo de pensamento (SANTAELLA, 2001, p.120-121).

Tendo em vista a forma como nossas mentes podem funcionar, seja pelo pensamento, intuição, instintos e/ou raciocínios, aproximamo-nos da origem dessas conclusões que nos levam a agir ante diferentes situações. Estamos constantemente programando nossas mentes e engatilhando reações, opiniões e argumentos a partir de vários modelos de reflexão — contudo, quanto mais nos aproximamos do que confiamos ser verdade, também nos aproximamos da tendência de observá-la como uma verdade absoluta e inquestionável.

A investigação, descrita aqui pelas formas de raciocínio, assim como pelo estudo e aplicação da lógica (seja no dia a dia ou em ambientes científicos) é um processo natural e constitui parte importante do ciclo do conhecimento e da

construção das crenças que nos orientarão em nossas rotinas de ações, reações e decisões.

3.2 A formação das crenças

Antes de nos aprofundarmos nas diferentes crenças e suas origens, podemos abordar de forma mais direta a concepção de crença que utilizamos aqui. Principalmente a partir da perspectiva peirciana, entendemos a crença como uma concepção plena que se manifesta na disposição de agir de um indivíduo de acordo com uma premissa, seja em crises vitais ou mesmo em questões simples. Como dito anteriormente, compreendemos a crença como um estado permanente de confiança que não prevê dúvida ou questionamentos que levem à prova desta dita “verdade” (HOOKWAY, 1993).

Em outras palavras, uma crença é uma forma de condicionar e orientar nossas respostas a determinadas experiências, sob determinadas condições. Ainda na concepção de Hookway (1993, p.10) algumas crenças partem somente de instintos e sentimentos dos quais não conhecemos a origem e, portanto, não estão sob nosso controle.

Existe um ciclo percorrido por toda forma de conhecimento que descreve o processo pelo qual passamos desde o momento em que recebemos uma nova informação, até a decisão de agir em função ou a partir da mesma.

Como já mencionado, essa predisposição de ação a partir de uma crença tem grande relevância para compreensão de nosso comportamento, principalmente no que se refere a experiências recorrentes ou inéditas para o indivíduo (HOUSER, 2016). Mas isso só é possível a partir do que chamamos de fixação das crenças.

Digamos que você lê um artigo em uma revista renomada de saúde e condicionamento físico que atesta que o consumo de ovos é extremamente benéfico para a saúde. Você já ouviu de colegas, amigos e até familiares a mesma informação, mas o que é de fato necessário para que você, a partir do momento que se deparar com a informação, esteja disposto a consumir ovos diariamente?

Você foi apresentado à informação com alguns dados do artigo, opiniões de pessoas que estão em ciclos sociais semelhantes aos seus, ou mesmo que você confia e, para você, esses são os critérios necessários para reconhecer a informação como verdadeira. Contudo, vistas as diversas formas de raciocínio e pensamento sobre os quais discutimos anteriormente, essa não é única forma de reflexão que pode nos levar a absorver essa informação como parte do nosso sistema de crenças e sobre o qual solidificamos nossa disposição para agir.

É possível ainda que você recorra à outras pesquisas e dados sobre esse tema, que você avalie os efeitos do alimento na sua rotina e que você busque outras fontes de informação capazes de fornecer argumentos suficientes e dados confiáveis para tomar sua decisão. A reflexão pode, como dissemos, partir da análise da recorrência, dos resultados ou da experimentação.

Esse é um processo natural de todo pensamento e ação mental humana, que, na concepção de Thomas Short (2000), contém um elemento arbitrário e acidental, dependente das limitações nas circunstâncias, poder e inclinação do indivíduo. Para o autor, a opinião humana universalmente tende a longo prazo a tomar uma forma definida, que é a verdade.

Uma vez que compreendemos algo como verdade e estamos dispostos a agir com base nessa conclusão, temos uma nova crença. Atingir o estado de crença é, na explicação de Peirce, atingir um estado calmo e confiante sobre determinada questão. Esse estado de mente é oposto ao que compreendemos como estado de dúvida, que pode seguir o momento em que recebemos uma nova informação (e ainda não a temos como verdade) ou mesmo quando um acontecimento surpreendente nos coloca em posição de questionamento das verdades que já havíamos concebido.

Para o autor, o estado de dúvida nos provoca uma irritação que só se resolve a partir do estabelecimento de uma crença, da recuperação do estado de confiança que descrevemos anteriormente e, para alcançá-lo, retomamos o processo de fixação da crença. Para isso, Peirce nos descreve quatro principais métodos, que são: tenacidade, *a priori*, autoridade e o método científico. Para o desenvolvimento

de nossa reflexão, partiremos da explicação de Christopher Hookway (1993) sobre cada um dos métodos.

Ao nos deparar com um fenômeno novo ou que contradiz uma crença já estabelecida, colocamo-nos em estado de dúvida e de busca pela crença para o estabelecimento de uma opinião. Nesse processo, é possível seguir diferentes caminhos para satisfação da dúvida, e, de acordo com Peirce, existe apenas uma forma legítima de chegar a uma conclusão mais acurada da realidade (Hookway, 1993, p.16).

3.3 Os métodos de fixação das crenças

A distinção entre nossas verdades pessoais e objetivas é um processo cuja importância tem ganhado mais destaque na era da abundância de informações. Quando estamos no processo descrito por Peirce (2008) como o estado irritante da dúvida, esforçamo-nos para satisfazê-lo com o estabelecimento de uma crença e o retorno ao estado calmo e satisfatório que ele proporciona. Essa necessidade é a primeira etapa do processo de fixação de crenças, que pode ocorrer, de acordo com Peirce, de diferentes formas: pela aproximação e apego ao que já conhecemos, pelo aspecto de autoridade conferido a algo ou alguém, pela impressão de uma aproximação da crença e da razão ou pela evidência.

Para o autor, assim como demonstrado nos tópicos anteriores, não existe uma única verdade absoluta possível, contudo, carregamos conosco uma tendência ao contentamento com crenças que já estão de acordo com outras crenças ou mesmo crenças anteriores. Esse é um processo que nos leva a aceitação de verdades pessoais e não objetivas. De acordo com Franco e Borges (2017, p.58):

A tranquilidade e a satisfação propiciadas pelo estado de crença – da qual não queremos sair – reiteram uma dinâmica de estagnação. Isso pode ser compreendido como resultado de uma necessidade cognitiva para reduzir a irritação da dúvida. No entanto, a recusa em aceitar algo que possa abalar as próprias convicções provoca incomunicabilidade entre opiniões opostas. O debate com o “outro” – até capaz de contradizer essa crença –, se torna mais complexo e restrito diante do algoritmo que nos orienta sob a lógica da afinidade (FRANCO E BORGES, 2017, p.58).

Ainda de acordo com a teoria peirciana, essa tentativa constante de fugir do estado de dúvida também é um dos fatores responsáveis pela construção de uma noção de verdade absoluta e permanente. Para o autor, a verdade objetiva é independente do pensamento individual e, acima disso, é sempre revisitada.

Em nossas buscas por crenças que possam acalmar nosso estado de dúvida, de acordo com Peirce, podemos seguir quatro diferentes estratégias, métodos para fixar nossas crenças: método da tenacidade, método da autoridade, método *a priori* e método científico.

Conhecido como método da tenacidade, o indivíduo parte do estabelecimento da opinião como o único objetivo da investigação e da consideração de que atingiríamos o fim desejado tomando qualquer resposta a uma questão que possamos imaginar, reiterando-se constantemente, acomodando-nos a tudo o que possa conduzir essa crença e aprendendo a olhar com desprezo tudo o que possa perturbá-la. Esse é um método falho, pois, de acordo com Peirce e sob a perspectiva de Hookway (1993), somos incapazes de escapar de situações em que nos deparamos com premissas diferentes das que obtivemos, o que abalaria nossa confiança e nos retornaria para o estado de dúvida.

Em segundo lugar, temos instituições responsáveis pela determinação das crenças corretas, reiterando-as e perpetuando-as, que surgem da necessidade de influenciar as opiniões uns dos outros, de modo que o foco ou a prioridade vem a ser como fixar a crença não meramente no indivíduo, mas na comunidade. Esse método de autoridade falha por razão semelhante ao método anterior: instituição alguma consegue nos prevenir de nos deparar com aqueles cujas crenças não dependem da mesma autoridade, desafiando-a e provocando, uma vez mais, o estado de dúvida.

No método *a priori*, compreendemos que existem aqueles que questionam, isto é, se deparam com a “ocasionalidade” das determinações que lhe são apresentadas por suas instituições de poder e de outras comunidades. Tais pensamentos e questionamentos os levam a perceber que “não há razão para avaliar que suas crenças possuem maior valor do que as de outras nações e outros

séculos” (referência). São estes os homens que se deparam com a necessidade de estabelecimento de um novo método de raciocínio. Esse método é criticado por ocasionar conclusões por indução, muito semelhantes a gostos, que não são colocados à prova ou experiência.

Esses métodos são caminhos comuns que percorremos, de acordo com Peirce, em nossa tentativa de evitar a irritação da dúvida, do questionamento daquilo que levamos como hábitos e, posteriormente como crenças, e que orientam nossas ações e nossos pensamentos. Privilegiamos esses métodos pela proximidade que apresentam com conceitos fundamentais, verdades que já consideramos absolutas e pela facilidade de apropriação, ainda que sem demonstrações de evidências que as apoiem. A consequência desse processo é o nosso fechamento, enquanto indivíduos e sociedade, para a autocrítica e a lógica que nos aproximam dessa verdades objetivas e mais próximas da realidade.

Peirce não defende uma única solução para esse processo, mas a importância de um método que se oriente por evidências e pelo raciocínio lógico e crítico, como colocado pelo autor no método científico.

O método científico é defendido por Peirce como aquele do qual partimos usando metodologias e regras que devem ser defendidas se partem da hipótese de que existem concretamente, com características independentes de opiniões (nossas ou de terceiros) sobre as mesmas. Cujas realidades afetam nossos sentidos de acordo com as leis regulares e, embora nossas sensações sejam tão diferentes quanto nossas relações com os objetos, ainda assim, aproveitando as leis da percepção, podemos averiguar, raciocinando como as coisas realmente são, e qualquer homem, se tiver experiência suficiente e razão suficiente sobre isso, será levado à única conclusão verdadeira. É a única forma de evitar fontes “acidentais” de opiniões e garantindo que qualquer crença que seja derivada desse método seja estável verdadeiramente.

Para o cientista Neil DeGrasse Tyson (2020), enquanto indivíduos, podemos continuar nos baseando em verdades pessoais, tenazes, autoritárias ou supostamente lógicas, mas, sem evidências, elas não estão ancoradas na realidade.

O aspecto positivo sobre a ciência é que ela chega à verdades objetivas, quer você acredite ou não.

É importante, contudo, compreender um dos principais aspectos sobre as verdades objetivas exploradas pela teoria peirceana: a noção de falibilismo. Como discutido anteriormente, para Peirce, mesmo a investigação e a experiência têm como finalidade a fixação de uma crença, contudo, essa fixação, no sentido da investigação científica, deve ser compreendida como provisória. De acordo com o autor, o processo de raciocínio é contínuo, não se encerra (FRANCO E BORGES, 2017, p.59):

O método científico não é capaz de garantir que a crença compartilhada alcance esse estatuto de verdade, pois o processo de raciocínio é contínuo e não se encerra em nenhum processo atual. O que nós percebemos como fim de um processo de raciocínio que culmina na fixação de uma crença deve ser visto como um fim provisório. Portanto, qualquer crença atual poderá no limite ser uma verdade provisória (FRANCO E BORGES, 2017, p.59).

Como dissemos antes, ao fornecer informações suficientes e tempo de reflexão sobre essas informações a um indivíduo, o resultado eventual será a chegada a uma conclusão (SHORT, 2000, p.5). Entretanto, esse processo não garante, por si só, uma verdade objetiva na conclusão para a qual as evidências e a experiência apontam. Além do fator provisório da verdade objetiva, é importante também considerar que ela não é alcançável de uma perspectiva individual. A busca investigativa científica ainda carrega consigo o fator da comunidade de investigadores como um elemento importante de verificação. Uma perspectiva que podemos considerar sobre o método científico é que, antes de fixar uma crença, seu objetivo é de colocá-la em teste. Nesse sentido, não é suficiente que um único indivíduo o faça, a ciência é constantemente verificada, revisitada e colocada à prova: assim como a realidade, a ciência está em constante movimento e transformação. Ainda que o acordo coletivo não seja único e suficiente para a aproximação da verdade objetiva, é um elemento essencial no processo investigativo.

Enquanto seres humanos, entendemos que para toda questão existe uma resposta verdadeira, independentemente dos elementos que consideramos para

chegar a tal conclusão, seja pelo raciocínio lógico, descrito acima, ou mesmo pela nossa susceptibilidade a aceitar determinada premissa visto nosso hábito de pensamento e a forma como lidamos com a fonte da informação que recebemos. Então parece razoável dizer, com base no que nos coloca Short (2000), que todo ser humano é capaz de diferenciar informações verdadeiras de falsas, assim como tomar decisões em relação a essas verdades a partir da experiência, da disponibilidade de informações e de uma possível retroalimentação.

Contudo, a relação entre disponibilidade de informações e a experiência do indivíduo em relação às questões com as quais se depara diariamente parece cada vez mais tendenciosa e limitante, apesar de vivermos na era da informação e do acesso. Concordando com a perspectiva de Edgar Morin (2020), parecemos viver em um período em que as pessoas perderam a habilidade de julgar o que é verdade e o que não é, de uma perspectiva objetiva. Mesmo que por vezes o nosso pensamento e nosso raciocínio caminhem juntamente, levando-nos a conclusões logicamente válidas e naturais, nem sempre é possível fazê-lo sem treinamento crítico e com o “pessimismo” necessário.

Sem dúvida, somos principalmente animais lógicos, mas não o somos perfeitamente. A maioria de nós, por exemplo, é naturalmente mais otimista e esperançosa do que a lógica justificaria. Parecemos ser constituídos de forma que, na ausência de quaisquer fatos que o demandem, estamos felizes e auto-satisfeitos; de modo que o efeito da experiência é continuamente encolher nossas esperanças e aspirações. [...] Onde a esperança não é confrontada por nenhuma experiência, provavelmente nosso otimismo é extravagante (PEIRCE, 2008, p.39).

Em tempos de excesso de informações disponíveis, com a internet, e a nossa susceptibilidade a aceitar essas informações sem investigação ou a mínima demonstração de evidências, temos todos os fatores necessários para conceber como verdades infalíveis aquilo que se relaciona com nossas ideologias, necessidades e vieses, e não à objetividade necessária. Uma objetividade que só é possível através do pensamento crítico, da racionalidade e do processo de análise, interpretação e ceticismo em relação à informação, elementos intrínsecos à metodologia científica de fixação de crenças. Além do reconhecimento de quando dados suficientes foram apresentados e que determinada informação pode se tornar

um conhecimento confiável adquirido. A questão, portanto, é: como a crença verdadeira (ou crença no real) se distingue da crença falsa (ou crença na ficção)?

3.4 Hábitos e a fixação das crenças

Para compreender melhor o papel das crenças em nosso comportamento e em como nossos comportamentos repercutem socialmente, precisamos compreender a principal relação entre o pensamento e a ação, no contexto de crenças: o hábito.

Para Gary Shapiro (1973), nosso pensamento é conduzido principalmente por regras e conceitos, descrevendo um processo que relaciona nossos pensamentos e nossas ações. O autor compreende que nossos hábitos são regras ativas que determinam nossa forma geral de agir, isto é, formas mais ou menos ativas de fazer as coisas, modos de experiência dificilmente passivos, como sonhar, sentir nojo ou ter azar. Nossas ações habituais podem ser percebidas desde atos realizados conscientemente (como escovar os dentes) ou mesmo inconscientemente (como estalar os dedos).

Refletir sobre o hábito como a conexão entre o pensamento e a ação e como a forma anterior à crença, a partir do processo de fixação, diz respeito ao momento em que estamos não só predispostos a agir em função de uma crença, mas em como essa ação/reação se torna uma regra em determinadas condições, sob determinado estímulo e conduz grande parte de nossas ações diárias e escolhas diversas. De acordo com Winfried Nöth (2016) a teoria de Peirce sobre os hábitos é dinâmica e prevê a compreensão não só dos hábitos e de como são formados, mas como podem ser mudados.

Nossas respostas habituais são necessárias, principalmente no que Peirce coloca como questões de natureza cotidiana e que compreendemos aqui como questões de resposta imediata. Uma ação de primeiros socorros, por exemplo, precisa ser uma decisão rápida e a crença adquirida sobre qual o procedimento adequado para cada situação de urgência deve ser rapidamente acessada.

Porém, mesmo nessas questões, um hábito formado pode e deve ser mudado, ainda que essa capacidade e possibilidade não seja conhecida e colocada em prática por todos, individual ou coletivamente (NÖTH, 2016, p.57).

Os hábitos são tipicamente mais antigos que os novos, e velhos hábitos precisam ser quebrados. Os hábitos denotam imobilidade, imutabilidade, conservadorismo e estagnação, em vez de mobilidade, mudança, desenvolvimento e evolução. Aderir a um velho hábito contra melhores evidências, apenas pelo bem do próprio hábito, caracteriza o método infrutífero da tenacidade, que Peirce caricata em seu artigo "A fixação da crença" de 1877 (NÖTH, 2016, p.56).

A importância da compreensão dos hábitos e do caminho que desenvolvemos até aqui, a partir da teoria de Charles Peirce sobre nossos sistemas de crença e fixação das crenças, pode ser descrita de acordo com a colocação de Nathan Houser (2016) de que mesmo que sejamos sujeitos únicos, com experiências diferentes e crenças diferentes, todas as mentes são programadas para funcionar em contexto social. Nesse sentido, devemos pensar em como nossos hábitos ecoam e, com o suporte de instituições, formam hábitos sociais.

Ainda na visão do autor, é impossível evoluir sem a constante revisão de nossos hábitos, principalmente por constituírem, em sua maioria, hábitos compartilhados socialmente e que, em grande medida, determinam o funcionamento de vários setores sociais, como nossa relação de consumo e com o meio ambiente.

Houser (2016) disserta sobre a existência de diferentes instituições que não só se fortalecem sobre hábitos sociais, como têm papel fundamental na manutenção e até mesmo na desconstrução de determinados hábitos. A religião, os posicionamentos políticos, o mercado e até a ciência são instituições que colocamos nessa posição, por exemplo.

Presumivelmente, as mentes sociais permanecem em repouso, simplesmente direcionando o comportamento de acordo com crenças estabelecidas (hábitos comportamentais) já programadas, até perturbadas pela dúvida. A irritação da dúvida para uma mente social provavelmente surgiria na comunidade de indivíduos sencientes que são membros ou dependem da instituição sob consideração e provavelmente resultaria de um conflito ou distúrbio experimental, para o qual as respostas usuais da comunidade ou sancionadas pela instituição não foram imediatas ou parecem inadequadas (HOUSER, 2016, p.15).

É necessário compreender, a partir dessa perspectiva, os valores que atribuímos às instituições e as verdades defendidas e compartilhadas por indivíduos que possuem crenças ou hábitos fixados a partir dessas verdades. A discussão desenvolvida até aqui demonstra, a partir da realização da importância de crenças e hábitos nos comportamentos individuais e sociais, a importância do raciocínio lógico e investigativo apresentado nos primeiros capítulos como única forma genuína e objetiva de obter verdades. De acordo com Peirce, é só a partir da ciência que o indivíduo não só se dá conta da importância de suas crenças, como daquelas que vêm sendo alimentadas socialmente e de como obter respostas objetivas e sem vieses.

Ainda de acordo com Houser (2016, p.19):

A importância das instituições e mentes sociais para a sobrevivência humana e a vida civilizada é profunda e, certamente, as realizações individuais devem sempre ser entendidas no contexto da vida e do pensamento comunais, mas é o indivíduo, por mais raro que seja, que tenha o poder de sair do mundo mainstream e introduzir algo novo e inesperado para enfrentar idéias antigas. É então, Peirce disse, que o futuro da civilização treme na balança.

A percepção da importância de hábitos (seja em sua manutenção, adaptação ou desconstrução) impulsiona campos da ciência e de produção do conhecimento dedicados à obtenção de verdades objetivas, consequentes da lógica e investigação. É nesse contexto que refletimos sobre a relação entre hábitos, sua formação e os diferentes campos científicos e investigativos. Reconhecemos importância não só no papel de quem investiga, mas ainda de como essas verdades devem sempre ser questionadas, criando uma necessidade destacada por Edgar Morin: o ceticismo sobre tudo e todas as coisas como única forma de percepção objetiva do mundo ao nosso redor e de como nossa relação com ele é construída.

3.5 Comunicação onipresente

Como mencionado anteriormente, inúmeros fatores podem ocasionar a formação de uma crença e, posteriormente, de um hábito. Ao analisar a teoria de Charles Peirce sobre os métodos de fixação de crenças, podemos identificar vários desses fatores e métodos em nosso cotidiano. O fenômeno comunicacional e as redes de

comunicação, de acordo com Santaella (2001), têm papel central não só nesses processos, como também na mudança inevitável e necessária discutida por Houser (2016) e apresentada no capítulo anterior.

A multiplicação dos meios de produção, transmissão e armazenamento de linguagens e informações vem dando à comunicação um papel central em todos os setores da vida social e individual. Como consequência, a comunicação como área de conhecimento está tomando o lugar de uma ciência piloto para cujas questões acabam convergindo muitas outras ciências (SANTAELLA, 2001, p.2).

Devido às diversas transformações tecnológicas vivenciadas a partir da expansão do uso da internet e suas novas formas de organização, torna-se cada vez mais desafiador discutir a mídia e seu papel na sociedade. Por um lado, vemos que as tecnologias de informação e comunicação reconstróem e ressignificam nossas relações com os meios em que estamos inseridos (digitais ou não) e com outros indivíduos. Por outro, questionamos como podemos utilizar essas mudanças para desenvolver novos modelos de articulação com responsabilidade social.

O papel dos meios de comunicação em processos sociais, culturais, políticos e econômicos é conhecido desde as mídias impressas. Possibilita ocasiões, interações, relações, canais e plataformas que facilitam a transmissão de informações e ideias que constantemente constroem ou ressignificam a forma como compreendemos o mundo. Diversos estudos se propõem a compreender esse mecanismo, principalmente no que diz respeito às respostas de indivíduos que são expostos às mídias (seja rádio, televisão, internet, etc). Segundo McQuail (2010, p.18), a mídia exerce uma função de mediação, no que diz respeito ao fenômeno de formação de sentidos, a partir do momento em que é capaz de influenciar ou alterar as formas em que estes serão recebidos.

Portanto, é possível afirmar que as comunicações constituem, ao mesmo tempo, um importantíssimo setor industrial, um universo simbólico que é objeto de consumo maciço, um investimento tecnológico em expansão ininterrupta, uma experiência individual diária, um terreno de confronto político, um sistema de intervenção cultural e de agregação social, uma maneira de se informar, de entreter-se e de passar o tempo etc. (WOLF, 1987, p.13). Uma constituição que

atribui à comunicação um papel central na formação e fixação de crenças, assim como de desconstrução.

Para além do campo individual, a comunicação e as redes de comunicação podem ser responsáveis pelo crescimento e multiplicação de hábitos e a condução de comportamentos e concepções coletivas, de acordo com Santaella (2001, p.01):

Na passagem, que estamos vivenciando, da revolução eletrônica para a revolução digital com suas máquinas dispositivos computacionais aliadas às telecomunicações em dimensão planetária, a exponenciação da complexidade do campo da comunicação começa a atingir proporções gigantescas (SANTAELLA, 2001, p.01).

Para além de novas tecnologias de informação e comunicação, compreender essa área do conhecimento como lugar de ciência proporciona uma perspectiva pouco explorada: as redes de comunicação utilizadas para a provocação de dúvidas e o estímulo da investigação pelas verdades objetivas em diversas áreas sociais.

Estamos em uma sociedade adaptada ao mesmo, à permanência e ao incômodo com a dúvida, como defendido pelo filósofo sul-coreano Byung-Chul Han, em seu livro “A sociedade do cansaço”. De acordo com Han, vivemos em uma época pobre de negatividades, de elementos que nos provoquem a negação, o combate e a recusa. Estamos concentrados na absorção e na assimilação, rodeados por sistemas da globalização que intensificam esse estado, como os sistemas de comunicação e produção, na percepção do autor sobre as teorias de Baudrillard (1992).

Concordando com as visões aqui apresentadas de Charles Peirce e Edgar Morin, o autor defende a necessidade de uma defesa imunológica nos indivíduos. Do fortalecimento de nossos mecanismos de defesa contra os métodos de fixar crenças que não provocam o incômodo da dúvida, que combinam com o que já acreditamos e com os hábitos sociais compartilhados no meio em que somos inseridos.

Enquanto cientistas e comunicadores (em áreas como jornalismo e publicidade), vivenciamos dois lados de um fenômeno comportamental: podemos ampliar as proporções de alcance dessas crenças que são reforçadas e alimentadas para absorção imediata ou oferecer ferramentas para promover o raciocínio crítico, o

ceticismo e um sistema de defesa informacional, uma nova forma de pensar o mundo, de compreender nossos sistemas, de questionar instituições e de provocar mudanças sociais, culturais e até ambientais.

3.6 Redes sociais

A expansão da internet e das plataformas de informação e conteúdo em rede tem o potencial de mudar nossa relação com a informação e como processamos um novo conhecimento. Desde o início de seu desenvolvimento, em 1960, a internet possuía como um de seus principais objetivos a ampliação de uma rede de troca de informações, seja por um aspecto militar (na época da Guerra Fria) até os dias de hoje, em que se manifesta como um dos principais meios de comunicação e difusão de informações.

De forma quase orgânica, como nos coloca Henry Jenkins (2009) em sua teoria sobre a cultura da convergência e como a produção de conteúdo tem se tornado cada vez mais horizontal, esse acervo de informações virtual acabou cedendo espaço para uma extensa e contínua construção de conhecimentos coletivos, inclusive científicos. O rompimento de obstáculos como barreiras físicas e a descentralização de fontes e produtores de informações permitiu que esse fosse um dos principais ambientes para o armazenamento e compartilhamento de conteúdos (em seus diversos formatos, como textual, visual, audiovisual, entre outros).

Contudo, é necessário observar esse fenômeno também por uma perspectiva semiótica e a partir da compreensão que desenvolvemos nos capítulos anteriores sobre o pensamento lógico. Considerando as colocações de Borges & Gambarato (2019), os diversos tipos de conteúdos que são produzidos e divulgados via web, no contexto de abundância de informações, fontes e plataformas têm um significado, representam algo, possuem uma referência e uma autoria que não necessariamente são livres de uma ideologia ou perspectiva. Isto é, não é possível considerar toda e qualquer informação disponível como uma informação verdadeira e fiel ao que compreendemos como realidade, independentemente de como pensamos sobre

essa informação ou da perspectiva de observação utilizada para se chegar nela. Em outras palavras:

Para Peirce, a realidade é algo independente do que os indivíduos possam pensar sobre ela. A realidade pode afetar nossos pensamentos, produzindo uma idéia que coincide com ela. Mas a realidade em si é sempre um objeto externo. (um objeto dinâmico), não um objeto imediato de pensamento. A proposta de Peirce de que a realidade não depende de O pensamento, mas pode coincidir com ele, levanta a possibilidade de o pensamento representar pelo menos parte da realidade. Para Peirce, "o real deve influenciar o pensamento ou eu não poderia, seguindo quaisquer regras de raciocínio, chegar a qualquer verdade" (W3:60 [1872]).² A possível conexão entre o pensamento e a realidade nos dá a esperança de alcançar a realidade ou verdade no final de um processo de raciocínio (W3:54 [1872]). (BORGES & GAMBARATO, 2019, p.605).

Compreendemos que a internet e as redes proporcionam um novo modelo de relações, um ambiente em que podem, com mais facilidade, buscar por conteúdos simpáticos e de acordo com seus interesses, assim como compor grupos com outras pessoas que representem esses mesmos gostos, por exemplo.

É já lugar comum afirmar que sites e serviços de redes sociais e ferramentas de busca nos oferecem uma visão personalizada criada através de algoritmos de empresas de tecnologia. Quando você faz uma pesquisa no Google, por exemplo, os resultados obtidos serão diferentes, dependendo do que a empresa conheça sobre você (FRANCO E BORGES, 2017, p.54).

Nesse contexto da web, testemunhamos como indivíduos, os chamados usuários, podem produzir, distribuir e consumir informações, além de ter o poder de avaliá-las como verdades, mesmo que não sejam fundamentadas no real e na observação da realidade.

Em uma perspectiva mais específica, consideramos para esta análise os sites e plataformas de redes sociais. Compreendemos as redes sociais como plataformas criadas a partir da gestão de perfis de usuários e/ou empresas, instituições e organizações para compartilhamento de conteúdo e comunicação. Os tipos de conteúdos, além dessa finalidades específicas de cada rede social (como Instagram, LinkedIn, Facebook, entre outras) dependem da especificidade do site e dessa preferências de cada usuário e perfil.

Ainda que a principal promessa das redes sociais possa ser compreendida como um modelo de interação digital e com menos fronteiras, essas plataformas têm um papel muito significativo e cada vez maior em como a sociedade funciona e como o usuário, o novo modo de enxergar o indivíduo, se comporta.

De acordo com Tim Kendall, diretor executivo (Chief Executive Officer - CEO, na sigla em inglês) do LinkedIn, e Tristan Harris, ex-especialista de ética de design do Google, o que todas as empresas desenvolvedoras de redes sociais têm em comum é o interesse pela atenção ininterrupta do usuário, pelo maior tempo possível. Para alcançar essa atenção, é essencial compreender não só como o usuário se comporta (o que gosta, com o que trabalha, o que lê, o que assiste, o que compra), mas criar mecanismos de previsão sobre esse comportamento. Mecanismos esses que também dão indícios de como moldar o comportamento desejado, seja manter o usuário em uma linha do tempo infinita de publicações ou mesmo de moldar sua percepção do mundo com diferentes crenças.

Conforme afirma Pariser (2012, p. 77), filtros personalizados podem, ao mesmo tempo, limitar a variedade de coisas às quais somos expostos, afetando assim o modo como pensamos e aprendemos (FRANCO E BORGES, 2017, p.54).

No que diz respeito ao uso do Instagram e de suas funcionalidades para a promoção de determinadas crenças e comportamentos de uma perspectiva organizacional ou em relação a uma agenda específica, como a agenda ambiental, é necessário considerar reflexões sobre a influência dessas plataformas em nossos cotidianos e nos hábitos (dos quais estamos conscientes) e crenças (que não estamos conscientes).

Assim como outras plataformas de comunicação, interação e compartilhamento instantâneo, esses sistemas possuem uma grande capacidade de interferência e influência em nossas escolhas. Enquanto vários engenheiros se dedicam à construção de uma rede tecnológica que não só promova marcas e ideologias, mas que nos mantenha cativos e conectados pelo maior tempo possível, também temos um sistema que leva informações, conceitos e vieses que podem, inclusive, interferir em processos como eleições.

Ainda que a horizontalidade da produção de conteúdos e a cultura da convergência carreguem consigo aspectos positivos de democratização da internet, ainda carecemos de regulações que nos apoiem na avaliação de seu real impacto em nossas vidas cotidianas, em âmbitos coletivos e nos processos sociais mais fundamentais, inclusive a pauta ambiental, em escalas globais. Em uma era em que tem razão quem possui mais seguidores ou *likes*, é imprescindível que sistemas de verificação de informações, por exemplo, sejam fortalecidos e implementados nessas redes.

Além da regulamentação, é necessário que os usuários também possuam acesso às ferramentas que os protejam de conteúdos cuja veracidade é baseada em pseudociência, ideologias e achismos. Produtores e consumidores têm papel importante no processo de avaliação crítica sobre o que é veiculado nessas mídias, como em qualquer outra mídia tradicional, por exemplo.

No âmbito do jornalismo, muita atenção foi trazida para a pauta das *fake news*, de acordo com Borges & Gambarato, um fenômeno que ocorre pelo aproveitamento de novas mídias e da liberdade de produção e disseminação de informações não verificadas para atingir fins específicos de convencimento. Para as autoras:

Regardless of the fake news subject, news stories that are not based on verifiable facts cast doubts on established beliefs, such as the belief in traditional news media. Fake news takes advantage of the established belief that an external reality is being represented in news reports. Journalists develop criteria for fact verification, accuracy, and methods of gathering information in order to provide a certain level of confidence in their reports. They are, or should be, concerned with objectivity and biases, ethics and social responsibility (Kovach & Rosenstiel, 2007; White, 2017). Fake news, on the other hand, presents reports in which the external reality is absent or purposely distorted. The distinction between fake news and news involves the relationship between the report and the external fact on which it is based, as well as the intention behind the reporting (BORGES & GAMBARATO, 2019, p.605).

Trazendo a discussão para o âmbito da fixação de crenças, consideramos a perspectiva de Jaron Lanier (2020) sobre as redes sociais e a criação de uma geração que compreende a comunicação primordial e primária como a comunicação on-line. Um grupo de pessoas (cada vez maior, principalmente de pessoas jovens)

para quem o significado da comunicação se dá através de mecanismos de manipulação.

Ainda que o Google pareça apenas um mecanismo de pesquisa, o Facebook seja o local onde você se conecta com seus amigos e o Instagram seja onde você publica e vê fotos, redes sociais não se limitam a esses objetivos e não estão ocupando apenas essas funções em nossas rotinas.

As redes sociais são desenvolvidas por mecanismos de classificação e customização, mas, para além disso, mecanismos que compreendem como nos comportamos, como reagimos a determinados estímulos e como utilizá-los da maneira mais eficiente para nos convencer. Para Tristan Harris (2020), cada plataforma é desenvolvida para conquistar o máximo de seu tempo e sua atenção, uma dedicação que impacta desde o tempo em que passamos conectados, até a decisão ou convencimento de que devemos consumir ou adotar determinada ideologia.

As redes sociais também não estão isentas de métodos de fixação de crenças, mesmo quando tratamos de perfis de usuários cujo objetivo principal é a conscientização. Estamos constantemente lendo, reproduzindo, compartilhando informações que são desenhadas para parecer mais persuasivas, pela autoridade do emissor, pela concordância com nossas opiniões e crenças, pelos dados apresentados e até mesmo pela forma como elas nos são apresentadas, de forma mais apelativa ou através de um algoritmo criado por um especialista em comportamentos.

No ambiente das redes, percebemos como os quatro métodos de fixação de Peirce podem se manifestar, uma compreensão importante para a análise que desenvolvemos nesta pesquisa. No que diz respeito à tenacidade, por exemplo, percebemos que não é incomum observar nas redes sociais mecanismos e funcionalidades que nos colocam em posição de defesa tenaz de ideias arraigadas, desconsiderando, em muitos casos, todas as perspectivas que possam contrariá-las, criando bloqueios inclusive para que essas não consigam chegar ao usuário (FRANCO E BORGES, 2017, p.57). Em relação ao método da autoridade, as autoras exemplificam:

[...] tal comportamento pode ser constatado, principalmente, nos debates políticos ou religiosos em que se evoca um determinado “sábio” ou “expert”, enfim, uma autoridade para sustentar a crença. O método da autoridade desqualifica a crença do outro que tem menos poder e pode levar a reações mais ou menos agressivas, diz Peirce (2008, p. 49). Também esse tipo de reação pode ser observado corriqueiramente nas redes sociais quando o método da autoridade é usado (FRANCO E BORGES, 2017, p.57).

Ainda sobre o método da autoridade, percebemos que a própria forma como as redes sociais são programadas proporcionam noções de autoridade e referência em determinados assuntos. O número de likes ou de seguidores agora determina quem são os especialistas para cada assunto, por exemplo. Uma ilusão de que o reforço do coletivo (o acordo entre uma comunidade) ou mesmo a aproximação de uma publicação aos temas e posicionamentos de interesse de um grupo ou indivíduo é um atestado de veracidade. Não seria diferente para o método *a priori*, principalmente em um período em que notícias falsas se proliferam em canais que utilizam de lógicas aparentemente verdadeiras pela aproximação de um posicionamento com o ideal dos leitores ou seguidores.

Uma tendência que percebemos com maior clareza desde a ascensão das redes sociais é a personificação de marcas. Ao aderir a uma rede social, composta essencialmente de perfis de indivíduos e para a interação entre eles, diferentes marcas passam a desenvolver modelos diferenciados de comunicação e marketing baseados no comportamento em redes e na aproximação dos usuários como possíveis clientes em um formato mais pessoal e diário das marcas. Com esse movimento, é possível supor, principalmente enquanto usuários, que algumas linhas entre o que está sendo consumido como produto e como visão começam a se atenuar.

Enquanto as *fake news* competem com o espaço antes ocupado pelos veículos tradicionais de informação, o novo modelo de publicidade também demonstra novas construções de conteúdo que, mais que um produto, vendem e convencem um comportamento.

Ainda de acordo com Franco e Borges (2017, p.57), no que diz respeito à percepção dos métodos de fixação de crenças, ao navegar pelas redes sociais, existe um movimento, como exposto nos primeiros capítulos, de satisfação e

aplacamento de um estado de dúvida e investigação. De uma perspectiva peirceana, ao fazê-lo, acabamos procurando por crenças compartilhadas em rede que estejam alinhadas ou de acordo com conceitos anteriores ou mesmo crenças que já possuíamos. Para as autoras, “o sujeito, ao fixar uma crença, não se comporta racionalmente, mas conquista, entretanto, a tranquilidade e a satisfação de ter a dúvida aplacada” (FRANCO E BORGES, 2017, p.57).

Assim como nas observações feitas pelas autoras sobre a rede social Facebook, percebemos no Instagram uma série de mecanismos que provocam esse movimento de privilégio de crenças que sejam próximas ou mesmo concordantes. Seguimos páginas que têm posicionamentos semelhantes aos nossos e recebemos sugestões sobre outras páginas com o mesmo tipo de conteúdo e posicionamentos ou que são seguidas por pessoas que estão no nosso círculo de concordância, como amigos ou referências.

No Instagram, percebemos o crescimento do número de pessoas que se dedicam, inclusive, à promoção de determinada agenda e perspectiva, os conhecidos *digital influencers*, que, como o próprio termo em inglês indica, se dedicam a influenciar seus seguidores sobre determinada crença e comportamento. Assim como no Facebook, também podemos evitar conteúdos que não estão relacionados com nossos interesses e crenças e somos encorajados a compartilhar cada vez mais em diferentes formatos de conteúdo. Além dessas personalidades, temos pessoas dedicadas à indicação de consumo, perfis considerados “oficiais”, indicações de número de seguidores como um status de relevância social. A organização da ferramenta para a ordem dos conteúdos que visualizamos é feita de acordo com um algoritmo que não nos permite ver conteúdos que não estão de acordo com nossas predisposições, etc.

Nesse sentido, é importante refletir sobre o papel do ceticismo nas redes e, para além dos consumidores, o papel dos produtores de conteúdo nesse contexto de informação e de manipulação. É suficiente substituir uma crença por outra, de uma diferente perspectiva? Ou podemos nos dedicar a um método de fixação e comunicação de crenças que seja apoiado no compartilhamento de informações adquiridas por pesquisa, experimentação e evidências? Isto é, na realidade, como

isso tem sido aplicado pelas organizações e marcas que se dedicam à pauta ambiental e à promoção de um comportamento mais sustentável?

O papel do comunicador de uma grande organização ambiental, por exemplo, para além de comunicar, promover uma pauta e sua relevância, é proporcionar ao usuário os elementos que fundamentam essa informação e que são suficientes para que, através do raciocínio lógico e crítico, esse usuário possa determinar o caminho a seguir.

3.7 O World Wide Fund for Nature

Entre as principais organizações não governamentais que se dedicam à causa ambiental e à promoção de hábitos sustentáveis em todo o mundo, a rede World Wide Fund for Nature (WWF)⁴ se destaca não somente por sua atuação em mobilização e engajamento, mas pela realização de estudos e pesquisas que amparam e complementam discussões em níveis internacionais e nacionais sobre questões ambientais, animais e sociais.

De acordo com as informações disponibilizadas no *website* da própria organização, ela foi criada no início da década de 1960 e é considerada uma das mais respeitadas instituições com ações que são desenhadas e planejadas para proteger, conservar o meio ambiente e promover a discussão ambiental em diversos níveis sociais, desde tomadores de decisão, até a sociedade civil e acadêmica.

O WWF possui atuação em mais de 130 países e conta com o apoio de aproximadamente 5 milhões de pessoas, entre voluntários e funcionários da organização. Com o objetivo de buscar um futuro com mais qualidade de vida para todos os seres, o WWF se dedica ao diálogo com atores-chave (entre governos e sociedade civil) para a promoção e fortalecimento de ações para conter a degradação do meio ambiente e o uso sustentável dos recursos naturais.

A organização chegou ao Brasil em 1996 e, atualmente, possui mais de 67 projetos na área de conservação e proteção dos biomas brasileiros (Amazônia,

⁴ Fonte: https://www.wwf.org.br/wwf_brasil/organizacao/

Cerrado, Pantanal, Mata Atlântica e Caatinga), mas também atua na proteção de ecossistemas marinhos, com o tema da água e proteção dos oceanos (sobre os quais falaremos com mais profundidade ao longo dessa pesquisa).

Outros projetos do WWF-Brasil são o Programa de Conservação do Mico-Leão Dourado e o Projeto Tamar, de proteção às tartarugas marinhas, que ajudou a destacar as atividades do WWF em todo o país. No tema de água e recursos hídricos, o WWF-Brasil atua em duas frentes principais de ações e campanhas de conscientização: proteção dos oceanos, com o programa Marinho, e consumo responsável e conservação de ecossistemas aquáticos, por meio da iniciativa Água para a Vida.

O Programa de Conservação e Gestão de Água Doce do WWF-Brasil foi criado para apoiar um processo de reestruturação da gestão dos recursos hídricos em todo o país. É um projeto com foco na promoção da consciência coletiva de que a água é um importante sistema e que precisa ser hábito de todos a sua preservação e proteção. O programa visa à participação ativa em discussões a nível político (principalmente a partir da Política Nacional de Recursos Hídricos, Lei 9.433, de 1997) com instituições que atuam na área de recursos hídricos.

Além da participação ativa na divulgação dos principais temas e decisões tomadas, o WWF também tem papel relevante no fornecimento de dados e informações baseados em análises de experiências e soluções positivas e negativas na gestão de recursos hídricos. Esse é um exemplo importante de como uma comunicação embasada em pesquisa pode ocorrer em diferentes âmbitos, visto que a organização também está constantemente apoiando a participação de outros grupos nestes debates, mesmo daqueles que não possuem conhecimento técnico específico, a partir do suporte com informações, programas educacionais e profissionais da área, com o treinamento de lideranças locais e da sociedade civil em ações coletivas. No que diz respeito a divulgação de informações obtidas por pesquisas e no uso dessas informações, o WWF-Brasil avalia a gestão dos recursos hídricos e utiliza seus espaços de comunicação (on-line e off-line) para conscientizar e mobilizar a população a tomar iniciativas e criar movimentos coletivos (de apoio e atuação) para a conservação e gestão do uso de água.

Em relação ao financiamento, de acordo com a própria organização em seu site, os fundos eram garantidos por organizações de outros países. Contudo, com a expansão dessa atividades e necessidades do WWF-Brasil, a equipe brasileira, sediada em Brasília-DF, conseguiu desenvolver sua própria estrutura de doações e rendimentos.

De acordo com a própria organização, o WWF-Brasil está presente na web oficialmente através do seu *website*, além da presença nas redes sociais principais: [Instagram](#), [Linkedin](#), [Twitter](#), [Facebook](#), [YouTube](#) e em uma plataforma de podcasts.



Figura 1: Primeira publicação do WWF no Instagram em 2014

No que diz respeito ao perfil do WWF na rede social Instagram, sobre a qual concentramos nossa análise, a organização participa da rede desde junho de 2014⁵, com participação mais ativa (maior frequência de postagens) a partir de 2016. Atualmente, o perfil da organização no Instagram possui 1.144 publicações e 235 mil seguidores.

⁵ A primeira publicação do WWF-Brasil no Instagram data de 5 de junho de 2014, Dia Mundial do Meio Ambiente: <https://www.instagram.com/p/o3bjjQ3BS/>

METODOLOGIA

Tendo em perspectiva os conceitos apresentados, o referencial teórico descrito e a indicação dos objetos de análise, centramo-nos na descrição da análise desenvolvida para responder aos questionamentos propostos no início do trabalho. A partir da identificação da organização WWF-Brasil e sua presença na rede social Instagram, descreveremos o procedimento sobre o qual nos apoiamos para compreender como a organização tem comunicado crenças sobre preservação ambiental, hábitos sustentáveis e meio ambiente.

A presente pesquisa foi desenvolvida em duas etapas principais: concentramo-nos, em um primeiro momento, na revisão bibliográfica necessária para constituir o referencial teórico de que partiríamos e os conceitos principais trabalhados ao longo da análise.

Em um segundo momento, dedicamo-nos à investigação sobre as estratégias de comunicação desenvolvidas pelo WWF no que diz respeito à promoção de hábitos sustentáveis, mais especificamente sobre o estímulo à mudança de comportamento em relação à água.

Neste capítulo, mostraremos os procedimentos metodológicos utilizados para realizar essa análise, de acordo com os recortes que serão descritos e de acordo com os objetivos propostos.

4.1 Coleta de dados

Na primeira etapa da análise que foi desenvolvida, estudamos o conteúdo publicado e produzido pelo WWF-Brasil na plataforma Instagram, disponíveis para todo o público. Para isso, foi definido um recorte temporal de 5 anos (22 de abril de 2015 a 22 de abril de 2020), levando em consideração a primeira publicação do ano de 2015 e um período em que se pudesse observar modificações no modelo de comunicação e disponibilização de informações.

Nessa etapa, as peças foram organizadas de acordo com um protocolo de classificação de publicações que pudessem nos orientar em relação aos recortes de análise do conteúdo. A separação das peças foi feita em 5 categorias: período, descrição, informações disponíveis (links complementares de matérias jornalísticas, estudos ou mesmo de outra plataforma), temática e relação com o tema da água.

Na primeira categoria, as peças foram classificadas de acordo com o período de publicação (separando-as por ano, mês e data de publicação, de acordo com as informações fornecidas pela própria plataforma), da publicação mais antiga para a mais recente.

Já em relação às informações descritivas de cada peça, os materiais também foram registrados de acordo com o tipo de conteúdo (vídeo, imagem ou GIF) vista a importância de observação das especificidades de cada um desses tipos. Também foi registrada uma descrição da imagem disponível e do texto de apoio (legenda), geralmente acompanhado pelas etiquetas (*tags*) que, como mencionado anteriormente, exercem papel importante nessa rede social em função da customização dos conteúdos e da facilitação da busca por conteúdos específicos.

Levando em consideração os métodos de fixação de crenças e os modelos de comunicação e de promoção de mudanças de hábitos, mostrou-se de grande importância a observação da complementaridade das publicações analisadas. Além da descrição das peças, registramos ainda aquelas que possuem indicações a informações complementares e às fontes da informação compartilhada.

Avaliamos ainda a temática dessas publicações, que, de acordo com o próprio WWF, dividem-se, de forma macro, em 9 principais temas de trabalho da organização: Conservação de Ecossistemas; Espécies e Biodiversidade; Recursos Hídricos; Áreas Protegidas; Paisagens Sustentáveis; Mudanças Climáticas; Restauração Florestal; Produção Responsável e Consumo Responsável. Temas que foram publicados com modelos classificados como datas Comemorativas, promoção da marca, regularização ambiental, eventos, engajamento político, direitos humanos, economia verde, fontes renováveis e educação.

A coleta de dados em relação à presença geral do WWF no Instagram se limitou às informações acima citadas pois, em um segundo momento, nos

dedicamos ao recorte de peças com relação ao tema da água, de acordo com a definição do tema da pesquisa. Por isso, o último item analisado (registrando 1 para sim e 0 para não) foi a relação da publicação com o tema da água.

| Tópico | Variável | Texto | Número | Categoria | Observação |
|---------------------|--------------------------|--------------|---------------|------------------|--|
| Dados gerais | Link da publicação | X | | | |
| | Data de publicação (dia) | | X | | |
| | Data de publicação (mês) | X | | | |
| | Data de publicação (ano) | | X | | |
| | Formato | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • Imagem; • Vídeo; • GIF |

| | | | | | |
|--|--------------------------|---|--|---|--|
| | Tipo de comunicação | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • Ação; • Anúncio; • Campanha; • Conscientização⁶; • Divulgação; • Engajamento; • Estudo; |
| | Título da peça | X | | | |
| | Texto descritivo/legenda | X | | | |
| | Link complementar | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Hashtags | X | | | |
| | Tema específico | X | | | |
| | Tema macro WWF | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • Áreas Protegidas • Conservação do Ecossistema • Consumo Responsável • Produção Responsável • Datas comemorativas • Direitos Humanos • Economia Verde |

⁶ Para as finalidades desta pesquisa, consideramos que conscientização é a tomada de consciência (ou trabalho visando-lhe) da natureza das relações humanas dentro da sociedade em que se vive a partir de uma verdade ou crença estabelecida por quem está trabalhando pela conscientização ou pelo indivíduo conscientizado.

| | | | | | |
|--|----------------------------|--|--|---|--|
| | | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Educação • Engajamento Político • Espécies e Biodiversidade • Eventos • Fontes Renováveis • Mobilização Social • Mudanças Climáticas • Paisagens sustentáveis • Promoção de marca • Recursos Hídricos • Regularização Ambiental • Restauração Florestal |
| | Relação com o tema da água | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |

Tabela 1: protocolo de classificação dos dados gerais

Na segunda etapa de análise, posterior à coleta de dados disponíveis no período determinado, foi feita uma separação de todas as peças relacionadas à temática da água para o recorte do tema e para a análise do conteúdo. Nessa etapa, os dados foram organizados de forma semelhante à tabela principal, com a adição dos critérios de análise definidos sobre a crença.

De acordo com os conceitos de métodos de fixação de crenças aqui discutidos, o primeiro ponto analisado sobre cada uma das peças encontradas a partir do recorte temático foi o emprego das categorias (método da tenacidade, método da autoridade, método *a priori* e método científico) na composição da peça, tanto sobre o material imagético quanto a sua complementação nos textos de legenda e apoio. A partir dessa avaliação, foi possível separar as peças em 4 grupos de acordo com o método de fixação de crenças, o que nos permitiu compreender com maior riqueza de detalhes e elementos como essa comunicação é feita e como o emprego desses métodos é utilizado em relação à promoção e ao estímulo de mudanças de hábitos.

Além das categorias de métodos de fixação de crenças, buscamos identificar peças de comunicação que provocavam o estado de dúvida, isto é, peças que se propõem a incentivar o usuário/seguir do WWF a questionar seus hábitos e suas crenças.

Em relação à mudança de hábitos, foi possível diferenciar peças que diretamente comunicavam a importância dessa mudança e, ainda, aquelas que a estimulavam. Essa categorização foi posteriormente colocada em perspectiva quando analisamos os elementos de composição e conteúdos das peças com esse objetivo para um panorama mais claro da estratégia empregada pela organização nessa plataforma.

Também foi importante perceber como dados eram utilizados nas peças de comunicação e divulgação, desde dados estatísticos até informações de argumentação para embasar as orientações e conteúdos disponibilizados. Para essa informação, em um primeiro momento, foi analisada apenas a presença de dados de tipo estatístico e argumentativo (análise feita a partir do uso da linguagem argumentativa e justificativas no texto).

Nesse momento, além da observação de links e informações complementares às informações e conteúdos das peças propriamente ditas, também pudemos observar a presença de referência às fontes de informações utilizadas nos conteúdos e quais peças contavam com esse elemento. Para analisar a presença de fontes, como elas são disponibilizadas e como elas conversam com os conteúdos dessa peças, avaliamos sua presença na imagem da peça (conforme descrição de padrões de imagem do Instagram, citada anteriormente), assim como no texto de apoio/legenda. Por fim, analisamos os tipos de fontes disponibilizadas (estudo, pesquisas, notícias jornalísticas, depoimentos e autoria do WWF).

| Dados metodológicos | Variável | Texto | Número | Categoria | Observações |
|---------------------|----------|-------|--------|-----------|-------------|
| | Crença | X | | | |

| | | | | | |
|--|-------------------------------|---|--|---|--|
| | Dúvida | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Método da tenacidade | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Método da autoridade | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Método <i>a priori</i> | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Método Científica | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Tipo de linguagem (imagem) | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • Imperativa • Declarativa • Interrogativa |
| | Tipo de linguagem (legenda) | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • Imperativa • Declarativa • Interrogativa |
| | Fonte das informações e dados | X | | | |
| | Fonte da imagem | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Fonte do texto | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |
| | Mudança de comportamento | | | X | <ul style="list-style-type: none"> • 1 = Sim • 0 = Não |

Tabela 2: protocolo de classificação após recorte temático

A coleta de dados e a separação das peças de acordo com essas categorias foi fundamental para compreender melhor o tipo de estratégia aplicada e a presença de hábitos mais sustentáveis e métodos de fixação de crenças nas agendas trabalhadas pelo WWF.

ANÁLISE DOS MATERIAIS

Neste capítulo, apresentaremos os resultados encontrados ao longo da análise dos dados e as compreensões adquiridas a partir desses elementos. Em um primeiro momento, apresentaremos as análises obtidas de modo geral sobre a presença do WWF no Instagram em relação ao recorte temporal, isto é, ainda sem o recorte temático em relação aos recursos hídricos. Em seguida, apresentaremos a análise obtida a partir das peças que compõem esse tema no perfil do WWF.

5.1 Presença do WWF no Instagram nos últimos cinco anos: análise em termos gerais

Após a condução da coleta de dados conforme protocolo e condições descritas no tópico anterior, um total de 799 peças foram analisadas e catalogadas para a avaliação em relação aos diversos critérios descritos. É importante destacar que esse número é referente ao período de 22 de abril de 2015 a 22 de abril de 2020 e corresponde a aproximadamente 70% das publicações totais da página⁷.

5.1.1 Análise por período

Para os objetivos desta pesquisa, não foi necessário o aprofundamento da análise em relação aos períodos de publicação. Entretanto, para melhor descrição do trabalho desenvolvido pela organização nas redes, algumas informações foram levantadas sobre o período analisado.

A primeira observação foi um crescimento gradual do volume de publicações do WWF ao longo dos anos de sua presença na rede social mencionada. Ainda que

⁷ Dados referentes ao mês de novembro de 2020

o ano de 2020 não tenha sido totalmente analisado, percebemos que, nos últimos dois anos, o número de publicações aumentou consideravelmente. Comparando 2016 e 2019, por exemplo, temos um crescimento de quase 300% no número de publicações. Enquanto em 2016 o WWF só publicou 93 peças, em 2019 esse número chegou a 365.

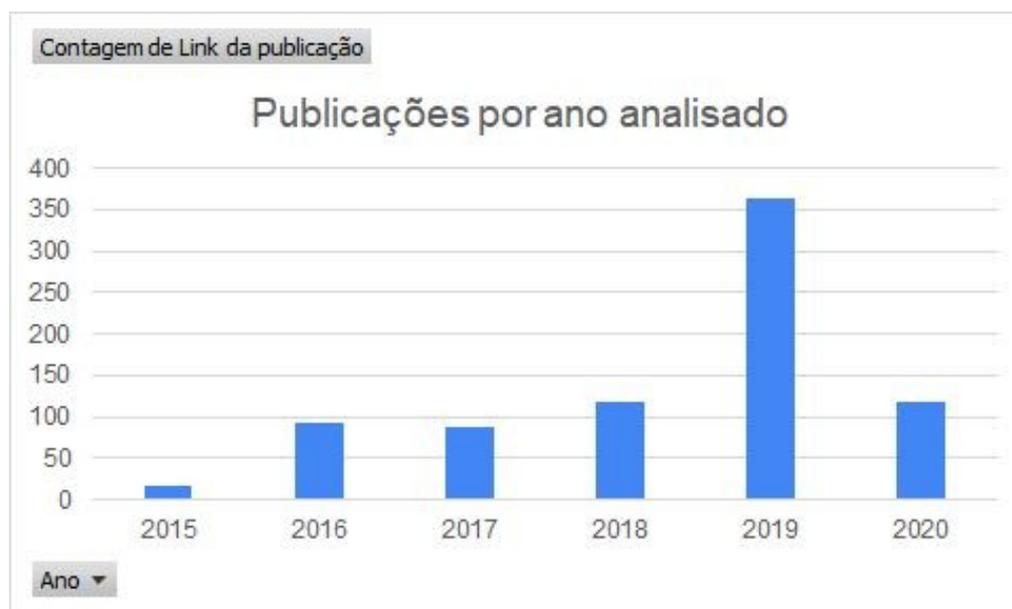


Gráfico 1: número de publicações do WWF em relação aos anos analisados

Também foi observado, com a avaliação das publicações em relação ao mês de publicação, que o WWF tem maior volume de publicações nos períodos de divulgações de eventos e grandes ações da organização. Alguns exemplos desses períodos são: a divulgação da Hora do Planeta (março), eventos sobre clima e meio ambiente promovidos pela ONU (como as preparações para a COP, que aconteceu no final de 2018 e no final de 2019), o desafio ambiental do WWF, divulgações de grandes produções (como a série-documentário *Nosso Planeta* e a série *Jornada das Águas*), além de agendas de proteção ambiental provocadas pela agenda pública como: queimadas no Pantanal no começo de 2020, queimadas na Amazônia (outubro de 2019), queimadas na Austrália (janeiro de 2020), votações de projetos de lei e emendas ambientais (com maior número em meados de 2019).

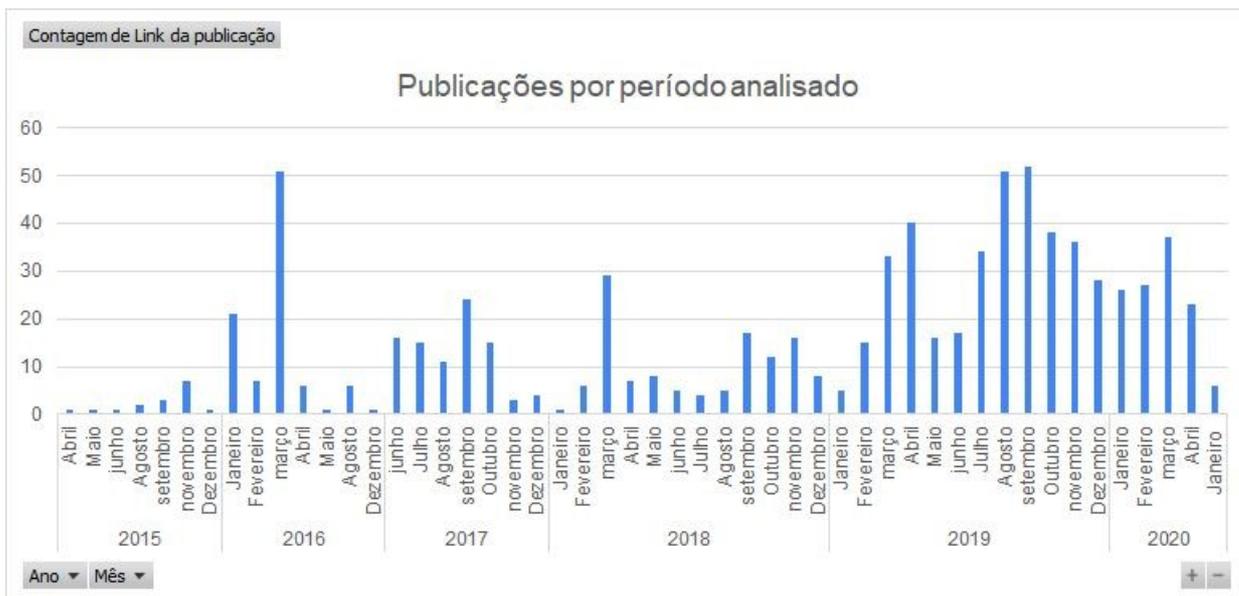
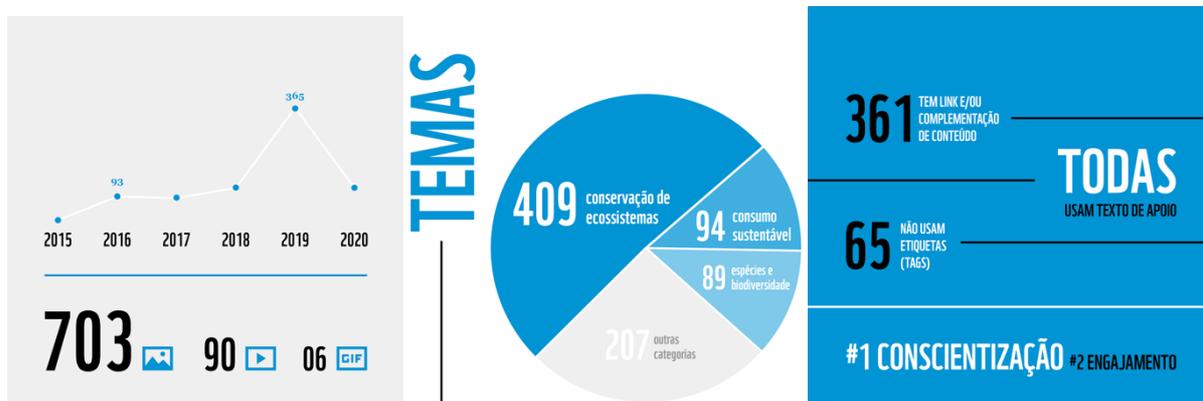


Gráfico 2: relação de publicações em relação aos meses analisados

Quando essa relação é comparada às publicações específicas do tema de recursos hídricos, percebemos maior volume de publicações em 2019 (63 publicações) e 2018 (33 publicações). Consideramos que 2020 poderá apresentar maior número de publicações sobre o tema, visto que o ano não foi analisado por completo e ainda não se encerrou. Os períodos de destaque sobre o tema da água são relativos à publicação da série-documentário Jornada das Águas, da campanha Oceanos sem Plástico e da campanha Conexão Abrolhos, pela preservação da região.

Em síntese, destacamos no infográfico abaixo as observações feitas sobre o material:



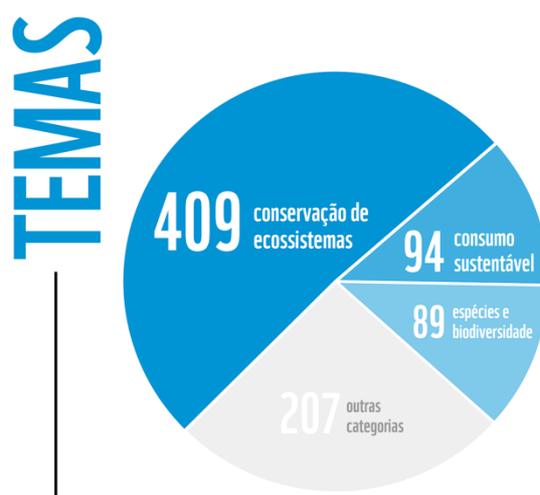
Infográfico 1: resumo de resultados obtidos na análise de dados gerais

5.1.2 Formatos, temáticas e tipos de comunicação

Em relação aos formatos de publicações, é importante compreender a evolução da rede social e a diversificação dos formatos de publicação, além das possibilidades que cada um oferece para as peças. No que diz respeito ao cruzamento dessa informação com as análises desenvolvidas sobre a fixação de crenças e o tema da água, será possível analisar como cada formato pode compor um método de fixação em função de suas especificidades (tamanho, volume de texto, combinação de elementos imagéticos e linguísticos, etc).

Em termos gerais, observamos que, do total de peças analisadas para a composição do quadro de observação geral do WWF no Instagram, a maioria das publicações foi no formato de imagem (703 publicações), em contraste com apenas 90 publicações em vídeo e 6 com o recurso de GIF animado⁸.

Quanto às temáticas de trabalho do WWF, encontramos uma maioria de postagens sobre conservação de ecossistemas (409 publicações), um dos principais focos do WWF no Brasil, conforme exposto anteriormente. Esse tema é seguido de consumo sustentável (94 publicações) e espécies e biodiversidade (89 publicações).



⁸ GIF é um formato de imagem, assim como JPG e PNG. Ele pode ser usado para imagens estáticas, mas é mais comumente aplicado como um recurso para a criação de imagens animadas.

5.1.3 Composição dos conteúdos e informações complementares

A respeito da composição das publicações, o próprio Instagram já determina que as publicações seguem o formato prioritário de composição com uma imagem estática ou animada (formato padrão 4:3 ou vídeo adaptado para esse formato) com a possibilidade de uso do recurso de marcação (para indicar outros perfis relacionados à publicação) e o texto de apoio e legendas, em que podem ser incluídas etiquetas (para segmentação do conteúdo), links (não clicáveis) e o texto propriamente dito, que pode ter até 2.000 caracteres, mas com a consideração de uma configuração automática que determina que se o usuário ultrapassar 138 caracteres, um link de “Leia mais” será acrescentado para os seguidores que quiserem conferir o conteúdo por completo.

De todas as publicações coletadas, 361 tinham, além de informações padronizadas, links de apoio e/ou complementação do conteúdo publicado na imagem e/ou no texto de legenda. Apenas 65 publicações não continham a etiqueta de conteúdo (*tags*, em inglês). Nenhuma das peças analisadas era composta apenas de imagem, todas continham o texto de apoio.

Por fim, em relação ao tipo de comunicação, temos uma presença majoritária de publicações de conscientização (aqui caracterizadas como peças que, além de prover informações sobre determinado assunto, também promovem reflexões sobre o papel do seguidor em determinado contexto), seguidas de peças de engajamento (aqui definidas como peças cujo intuito é provocar mais interação com o WWF, conteúdos que não possuem informações objetivas, mas promovem a marca com datas comemorativas, utilizam “memes” e apelam para o envolvimento afetivo do seguidor com o perfil da organização).

Além dessas, temos peças que destacamos mais à frente que compõem divulgação de publicações científicas apoiadas e/ou realizadas pelo WWF em parceria com outras instituições, além de produtos em outros formatos de mídia, como documentários e peças, que promovem engajamento dos seguidores com

ações e campanhas desenvolvidas pelo WWF (Mares Limpos, Hora do Planeta, Desafio 30 Dias, entre outras).

5.2 Análise temática: o WWF e o tema da água no Instagram

Conforme descrito, após a coleta e análise de dados gerais e contextuais sobre a presença do WWF no Instagram entre os anos de 2015 e 2020, um recorte temático, de acordo com a proposta principal desta pesquisa, foi feito a fim de nos aproximar da compreensão destas estratégias de comunicação utilizadas por trás das peças publicadas no perfil desta organização e sob a perspectiva das crenças e dos métodos de fixação de crenças estudados ao longo dos primeiros capítulos deste trabalho.

5.2.1 Dados gerais

Ao longo da coleta de dados e a partir do recorte temático definido, foi possível encontrar 137 publicações com a presença do tema da água ou mesmo diretamente criadas para a promoção da agenda de consumo, proteção e preservação desse recurso natural tão importante.

Entre as publicações encontradas, percebemos a maioria delas em formato de imagem estática, seguidas pelas publicações em vídeo e com uma única publicação no formato de imagem animada (GIF), conforme tabela abaixo:

| Rótulos de linha | Contagem de formato |
|------------------|---------------------|
| GIF | 1 |
| Imagem | 117 |
| Vídeo | 19 |

Total geral

137

Tabela 3: relação por formato da publicação

Além desse dado, percebemos que a maioria das peças relacionadas à água estavam na categoria temática de conservação de ecossistemas, informação alinhada ao foco de trabalho do WWF, segundo exposto anteriormente. A segunda categoria com mais publicações nesse recorte é recursos hídricos, seguida de consumo sustentável. Essa informação já nos dá indícios dos principais objetivos e focos de comunicação da organização em relação ao tema da água na rede social.

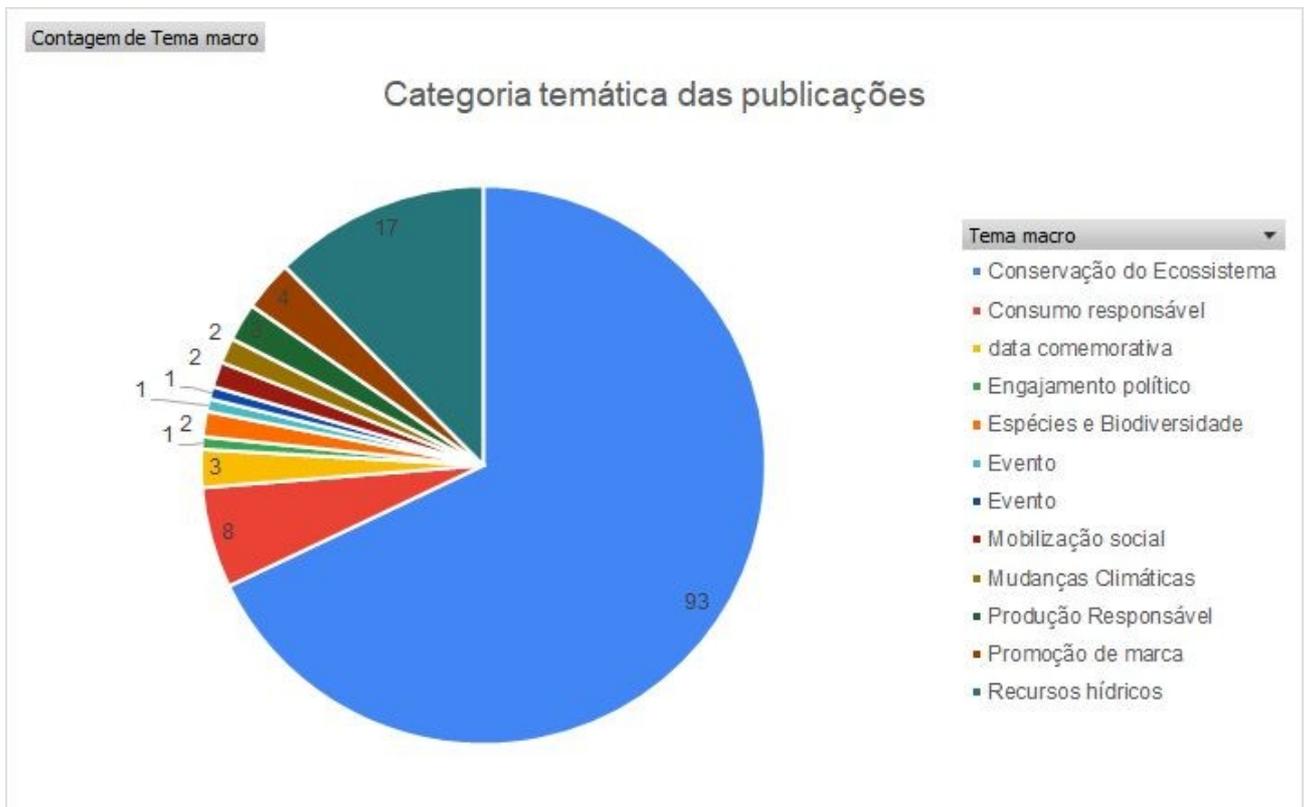


Gráfico 4: classificação temática dessas publicações com relação ao tema da água

É importante destacar que apenas 16% das peças (22 publicações de um total de 137) relacionadas ao tema da água não têm em sua composição algum elemento de referência à necessidade de uma mudança de comportamento.

Como exposto nos capítulos iniciais, uma das questões mais discutidas nesse tema é como nosso envolvimento com esse recurso não tem sido sustentável e é alarmante para as gerações futuras. Nesse sentido, a presença de publicações de

conscientização e apelo aos hábitos mais sustentáveis é, além de marcante e perceptível, central.

Consideramos publicações com indicações e orientações para mudanças de comportamento aquelas que possuem em sua composição elementos que demonstrem o estado atual de nossa relação com o recurso e as necessidades apontadas pelo WWF. Vejamos um exemplo:



Figura 2: publicação do WWF-Brasil sobre consumo de água

Nessa peça de comunicação, a indicação da necessidade de uma mudança de comportamento em relação ao consumo de água durante o banho fica clara. Assim como na imagem, o texto da peça indica a importância desse hábito sustentável (fechar o chuveiro na hora de se ensaboar), bem como o impacto ambiental consequente dessa mudança contabilizado em litros de água.

Em algumas peças, a referência à mudança de hábitos não é tão direta, como no exemplo abaixo:



Figura 3: publicação do WWF Brasil em comemoração ao Dia do Rio

Ao contrário do primeiro exemplo, a peça acima não indica diretamente a nova ação ou a mudança necessária em relação aos rios — contudo, demonstra através do texto que é necessário preservá-los e protegê-los, caso contrário, esse recurso em breve não estará mais disponível. Essa é uma afirmação que indica que, caso a relação com esse ecossistema não seja transformada, o impacto negativo não poderá ser recuperado.

Ainda em relação aos objetivos de comunicação compreendidos pela análise das peças coletadas, identificamos a presença majoritária de publicações de conscientização, seguidas pelas divulgações de ações da organização (como a Marcha pelos Oceanos e o Movimento Praias Limpas). De acordo com a tabela:

| Rótulos de linha | Contagem de tipo de comunicação |
|------------------|---------------------------------|
| Ação | 18 |
| Conscientização | 104 |

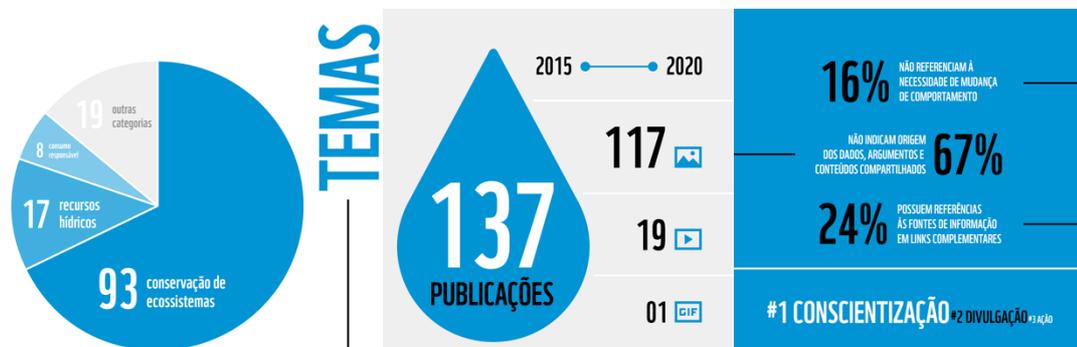
| | |
|--------------------|------------|
| Divulgação | 13 |
| Engajamento | 2 |
| Total geral | 137 |

Tabela 4: relação das publicações por tipo de publicação

Em relação às fontes de informações utilizadas para compor as publicações da organização, identificamos que 90 publicações (aproximadamente 67% do total) não possuem a indicação (seja na imagem ou no texto) da origem dos dados, argumentos e conteúdos compartilhados, sendo assinados apenas pelo WWF, sem referência a estudos, pesquisas ou análises para as afirmações colocadas. Outros 24% das publicações (33 peças) possuem referências às fontes de informação em seus links complementares, que direcionam principalmente para a página de notícias e artigos do WWF (em que as referências de cada dado são apresentadas ao longo dos textos), estudos do WWF ou de organizações/instituições parceiras, notícias de outros canais de informação, como UOL Notícias, Folha de São Paulo e Estadão e, por fim, depoimentos de autoridades ou referências na pauta.

Do total de publicações sobre o tema, 75 peças utilizam dados estatísticos e argumentativos em sua composição. Desse número, 39 peças indicam a fonte e a referência utilizada para encontrar os mesmos dados.

Após a construção de um panorama geral das publicações em relação aos critérios e elementos anteriormente descritos, foi possível começar a perceber aspectos recorrentes e característicos, principalmente sob a ótica da teoria de fixação das crenças. Conforme podemos ver em formato resumido no infográfico 2 abaixo:



Por isso, a próxima etapa de análise dos dados se dará a partir de cada um dos métodos de fixação de crenças e a observação de seu uso no perfil do WWF em relação ao tema da água.

5.2.2 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: o método da tenacidade

Ao analisar as peças de comunicação do WWF, uma das primeiras tentativas de análise foi a de compreender como elas poderiam se enquadrar ou não nos métodos de fixação de crenças, vistos os objetivos de comunicação dessa pauta e as especificidades das peças avaliadas em relação a sua composição. Essa verificação foi baseada principalmente na compreensão de elementos que possam ser usados em cada peça e que remetem à metodologia de fixação de crenças. Foi necessário compreender de antemão algumas limitações da própria plataforma em relação aos tipos de publicações possíveis, assim como a possibilidade de que uma postagem apresentasse elementos que se assemelham a mais de um método.

Para isso, além dos elementos considerados na análise anterior, foi feita uma interpretação das possíveis crenças que fundamentam cada peça de comunicação referente ao tema da água no perfil do WWF-Brasil. A partir da identificação da crença, pudemos avaliar os demais elementos que nos levaram a perceber constâncias em relação aos métodos de fixação, os elementos imagéticos e textuais que suportam essa interpretação e como essa análise conversa com o modelo de comunicação e os objetivos de comunicação de modo específico (sobre a peça) e geral (em relação à combinação de publicações).

Conforme exposto anteriormente, consideramos como um dos métodos de fixação de crenças o método da tenacidade, compreendido como uma forma de aceitação de determinada resposta para uma questão a partir de sua repetição e pelo apego a tudo quanto possa conduzir-nos a essa crença, assim como pela rejeição de tudo o que tenda a contrariá-la.

Como descrito no início deste trabalho, existe uma necessidade básica humana por crenças e pelo estado proporcionado pela fixação dessas crenças, de uma convicção sobre como agir, reagir e pensar. No contexto do tema da água e em relação à observação das peças analisadas pelas publicações do WWF-Brasil, é possível afirmar que existe recorrência na afirmação de algumas crenças e, quando analisadas separadamente, elementos de tenacidade podem ser percebidos.

A repetição de alguns temas e dos posicionamentos sobre eles, principalmente quando observamos uma organização cuja visão gira em torno de concepções ambientais fortes e fixadas, passa a ser percebida em publicações cuja afirmação é respaldada pela recorrência e pela rejeição, como explicado, do que venha a contrariar essas concepções. No caso do Instagram, a frequência de publicações e a concentração de conteúdos em um mesmo tema pode provocar o efeito de hábito (uma ação ou reação que se repete, que se consolida, que se constrói como resposta a determinada questão ou situação em determinado contexto), em especial quando as publicações não têm elementos que comprovem ou evidenciem a afirmação de uma crença.

Entre as peças analisadas, avaliamos que apenas 7 publicações poderiam se enquadrar como comunicações que se utilizam do método da tenacidade para fixar uma crença. É importante ressaltar ainda que todas essas peças estão enquadradas na categoria de publicações para conscientização. Essa interpretação da categoria do tipo de comunicação é importante, pois ajuda a demonstrar os objetivos principais de comunicação do WWF-Brasil na rede social ao longo dos últimos 5 anos, mais que promover uma marca, divulgar um produto da organização ou mesmo provocar engajamento. O WWF se caracteriza, como será demonstrado ao longo da análise, como uma organização que se dedica à mudança de paradigma em relação aos temas ambientais e, como demonstraremos, em especial sobre a água. Como podemos perceber na figura 4, abaixo:



Figura 4: publicação do WWF-Brasil em comemoração ao Dia do Rio

O exemplo da Figura 4 é uma publicação cuja principal mensagem, a de que devemos preservar e proteger nossos rios, vem sendo repetida pelo WWF-Brasil no Instagram com grande frequência, principalmente em datas comemorativas, como o Dia do Rio, o Dia Mundial da Água, entre outros. Essas publicações, como a que está representada, trazem essa concepção com textos curtos, sem links de apoio ou referências e um argumento que está fortemente fundamentado nos valores do próprio WWF.

Em outra publicação, notamos que a organização também utiliza peças que declaram que o posicionamento do WWF-Brasil sobre as soluções necessárias para um determinado problema é o único caminho possível. Um posicionamento que se alinha com conceitos já existentes da organização, assim como possivelmente de seus seguidores, visto que a plataforma é programada para que os usuários tenham em sua linha do tempo uma sequência de publicações congruentes com seus valores. Esse é o exemplo da Figura 5, sobre a recuperação da Bacia do Paraíba do Sul:



Figura 5: publicação do WWF-Brasil sobre a importância da recuperação da Bacia do Paraíba do Sul

Ainda nesse sentido, em relação às indicações de mudanças de comportamento, as publicações analisadas de modo geral pressupõem a necessidade de uma mudança de hábitos, com exceção de uma única peça que não possui essa indicação direta.

É importante observar também que a conscientização está relacionada ao processo de fixação de crenças, pois pressupõe uma mudança nos hábitos sobre os quais agimos, mas a partir da reflexão sobre esses hábitos e sobre as verdades por trás de cada um deles. Nesse sentido, devemos ter em mente quais são as etapas do processo de tentativa de conscientização do WWF-Brasil sobre as pautas que promove e com base em seus conceitos fundamentais. Para os objetivos desta pesquisa, observamos a provocação da dúvida como uma das ferramentas para esse processo.

No caso dessa peças observadas sob a ótica do método da tenacidade, observamos que, de todas essas peças, apenas uma propõe a dúvida como passo inicial para uma possível mudança de crença, antes da colocação de uma crença do

WWF em relação ao tema da publicação. É interessante notar que, de acordo com a definição do método para a fixação de uma crença pela tenacidade, provocar a dúvida não é um dos elementos essenciais. Pode sim ser um caminho, mas também pode provocar a busca por evidências que comprovem determinada crença, processo que distancia o indivíduo da crença baseada apenas na tenacidade.

Ainda nesse sentido, as peças identificadas nessa categoria possuem, em sua maioria, indicações da necessidade desse movimento transformativo em direção às crenças reafirmadas pelo próprio WWF. Contudo, apenas uma peça é iniciada com um fator propositivo de dúvida.

As peças mencionadas utilizam majoritariamente a linguagem declarativa (tanto na imagem quanto nos textos). Conforme quadro de análise abaixo, referente à linguagem escrita em ambos os campos:

| Rótulos de linha | Contagem de tipo de frase (linguagem) Imagem | Contagem de tipo de frase (linguagem) Texto |
|--------------------|--|---|
| 0 | 1 | 1 |
| Declarativa | 5 | 5 |
| Imperativa | 1 | 1 |
| Total geral | 7 | 7 |

Tabela 5: relação das publicações por tipo de linguagem que aparece nas imagens e no texto de legenda

Apenas uma das peças apresenta dados, mas sem a indicação de fontes da informação ou aprofundamento no dado. Todas as peças contêm declarações cuja fonte pode unicamente ser compreendida como o próprio WWF e apenas uma delas não tem uma indicação direta de uma mudança de comportamento.

Exemplificando esse tipo de peça entre as publicações identificadas, colocamos abaixo uma publicação sobre a conhecida “Lei do Mar”, sobre a qual o WWF se posicionou em 2017:



Figura 6: publicação sobre a Lei do Mar do WWF-Brasil

Nesta peça, podemos observar que tanto texto quanto imagem somente indicam uma verdade para o WWF: precisamos aprovar o projeto de lei. Contudo, não há indicações de fontes de informação sobre a lei, a publicação não fornece explicações para além de seu posicionamento e não há indicações de como obter mais orientações. Além disso, foi confirmado que esse mesmo posicionamento se repetiu em outras peças, reforçado apenas pelo posicionamento da organização, sem a apresentação de evidências ou elementos argumentativos como dados, interrogações, fontes, etc.

Neste momento, dedicamo-nos a perceber peças que carregam consigo elementos que poderiam ser categorizados apenas como publicações cujo método para fixação de uma crença é a tenacidade. Porém, compreendemos que esse método pode aparecer em outras peças combinado com elementos de outros métodos, um cruzamento de informações sobre o qual falaremos mais adiante.

5.2.3 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: o método da autoridade

Concebemos como o método da autoridade a fixação de crenças pela imposição de uma dada crença e pela proibição, com possibilidade de impactos negativos, quase “castigos”, de indivíduos e crenças discordantes. Considerando essa definição em aspectos literais, foi difícil encontrar publicações que pudessem ser compreendidas pelo emprego desse método. Contudo, considerando elementos característicos e a relevância dessa organização para a agenda ambiental em todo o mundo, podemos perceber que a autoridade atribuída ao WWF se reflete em sua comunicação em alguns casos percebidos no recorte analisado.

Em relação às 137 publicações, pudemos identificar 5 com elementos que foram interpretados como parte de uma fixação de crenças pela autoridade, principalmente no que diz respeito à mencionada importância conferida ao WWF.

Todas as peças que identificamos nessa categoria também são peças de conscientização que, como definido anteriormente, é uma ação que envolve diretamente a fixação de uma crença, pois parte da premissa de que um indivíduo precisa adotar uma consciência, isto é, uma forma de pensar e reagir em relação ao pensamento diferente da atual.

Em relação à indicação de mudanças de hábitos, percebemos que todas as peças nessa categoria possuem referências diretas à necessidade de mudanças de hábitos. Por outro lado, nenhuma publicação provoca ou busca provocar um estado de dúvida anterior à apresentação de uma crença. Esse é um elemento importante para nossa análise, uma vez que compreendemos a importância de uma comunicação baseada em evidências e a partir da observação e comprovação da realidade, ainda que existam conceitos fundamentais defendidos pela organização e esses conceitos sejam reforçados em todas as publicações analisadas. Uma comunicação que se propõe a provocar a dúvida em relação a uma crença anterior incentiva a mudança de hábitos a partir da razão crítica e não pela simples substituição de crenças.

Como percebemos ao longo da análise das publicações, a comunicação concentrada na necessidade de mudança de hábitos demonstra uma grande maioria de peças com o emprego de linguagem declarativa e imperativa, um aspecto que confere às crenças apresentadas pelo WWF o aspecto de verdade que discutimos nos primeiros capítulos, mas que não necessariamente carrega consigo elementos de razão, lógica ou mesmo de evidências. Em especial quando percebemos que, tanto nas peças identificadas na categoria do método de tenacidade quanto na de autoridade, as publicações com maioria de linguagem declarativa e imperativa não carregam referências de comprovação das informações e dados apresentados.

Em relação ao emprego dos diferentes tipos de linguagem, avaliamos a presença da linguagem na imagem (nos textos que compõem a peça e não necessariamente a interpretação visual da peça), assim como no texto. No primeiro caso, todas as publicações possuíam linguagem declarativa em suas imagens. Contudo, no que se refere ao tipo de linguagem empregada nos textos de apoio e legenda, percebemos o crescimento de uma linguagem imperativa, conforme quadro abaixo:

| Rótulos de linha | Contagem de tipo de frase (linguagem) Texto |
|--------------------|---|
| Declarativa | 3 |
| Imperativa | 2 |
| Total geral | 5 |

Tabela 6: linguagem empregada nos textos de legenda de peças classificadas pelo método da autoridade

A análise da linguagem empregada nas publicações se deu com o objetivo de perceber como cada um dos métodos poderia estar articulando a linguagem para a fixação de crenças e até mesmo para o rompimento de uma crença anteriormente fixada. Abaixo, quadro de comparação entre o emprego dos diferentes tipos de linguagem e o uso de dados com referências:

| Rótulos de linha | Contagem de tipo de frase (linguagem) Texto | Soma de dados | Soma de fonte dos dados |
|------------------|---|---------------|-------------------------|
| Declarativa | 3 | 1 | 0 |

| | | | |
|--------------------|----------|----------|----------|
| Imperativa | 2 | 2 | 0 |
| Total geral | 5 | 3 | 0 |

Tabela 7: relação entre linguagem e dados nas publicações do WWF-Brasil nessa categoria

É necessário esclarecer que, quando mencionamos que a fonte da informação não foi atribuída ou esclarecida na publicação, compreendemos que o WWF é a única e principal fonte da informação. É importante ressaltar esse aspecto, tendo em vista que a organização também é responsável por pesquisas e estudos na área ambiental.

No caso das peças identificadas sob o método da autoridade, a assinatura do WWF (com o posicionamento do logotipo nas imagens ou mesmo o uso da etiqueta #WWF como forma de assinatura do texto) é a forma mais evidente de identificação do conteúdo como produzido e sob responsabilidade do WWF e ou das campanhas e ações desenvolvidas pela organização. Entretanto, as pesquisas não são apresentadas, assim como as evidências das crenças reafirmadas, nem utilizadas como aspecto argumentativo nas peças que identificamos na categoria do método da autoridade.

Por fim, um elemento observado para essa categoria é a apresentação de um elemento característico do método da autoridade: a indicação de uma consequência negativa, um impacto ocasionado pela contradição da crença apresentada. Nas peças analisadas nessa categoria, vemos a apresentação de desastres ocasionados pelos hábitos não sustentáveis humanos, elemento comum nas comunicações ambientais. Porém, essas indicações podem ser embasadas em evidências ou na autoridade do emissor. No caso das 5 peças indicadas na categoria do método da autoridade, apenas a concordância do WWF é colocada.

Abaixo, colocamos um exemplo dessa peças identificadas nessa categoria, para ilustração das questões levantadas ao longo da análise. Nesta peça, podemos identificar uma mensagem que indica consequências para ações que não estão de acordo com a crença colocada pelo WWF e que fundamenta a publicação. Além disso, não é possível encontrar uma referência ou estudo de comprovação, apesar dos dados apresentados para embasamento das afirmações:



Figura 7: publicação do WWF-Brasil sobre o consumo e descarte de plástico

5.2.4 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: o método *a priori*

Como exposto anteriormente, o método *a priori* se caracteriza pela fixação de uma crença a partir da consideração de que nossos próprios conceitos fundamentais estão em conformidade com a razão, mesmo que sejam adquiridos pela indução e sem as necessárias provas ou evidências da afirmação.

Durante a análise dessas 137 publicações do WWF-Brasil sobre o tema da água durante os últimos cinco anos, foi percebida a característica de que boa parte da comunicação inevitavelmente parte de um conceito fundamental que está alinhado com os valores e as visões da empresa.

Para ilustrar essa categoria, colocamos abaixo uma publicação cujo conteúdo é referenciado a um depoimento colhido pelo WWF-Brasil, mas cuja mensagem está alinhada com os valores principais da organização em relação ao tema da água e

que seguem a lógica defendida por ela sobre a importância desse recurso natural e nossa relação com os ecossistemas aquáticos. Nesta publicação, percebemos inclusive que a frase destacada no texto de legenda coincide com o título do principal programa de conservação das águas do WWF, o programa Água é Vida:



Figura 8: publicação da WWF-Brasil sobre a preservação das águas

De todo o material, 44 das publicações demonstraram elementos em sua composição que se enquadram na compreensão de um método de fixação de crença *a priori* em alinhamento com os conceitos fundamentais da organização, apresentados anteriormente, principalmente no que diz respeito à água.

É importante ressaltar, uma vez mais, que as peças enquadradas nessa categoria também são relacionadas ao tipo de comunicação empregado. Nesse caso, são peças especificamente de conscientização e de comunicação sobre ações desenvolvidas pelo WWF-Brasil. Do total, 10 peças são sobre ações, enquanto 34 delas são de conscientização (um padrão que percebemos na análise geral dos dados em relação à água e nos grupos específicos de análise).

Dessas 44 peças, 37 têm indicações sobre a necessidade de mudança de comportamento em relação ao consumo, proteção e preservação dos ecossistemas aquáticos e recursos hídricos.

É também interessante notar que, das publicações que pressupõem uma mudança de comportamento, apenas 4 provocam ou buscam provocar um estado de questionamento de um hábito ou crença anterior. Um detalhe interessante sobre esse ponto é que nem sempre a proposição de uma dúvida vem da linguagem interrogativa, mas da composição de uma peça que dá indícios para que o seguidor questione seu papel na realidade ilustrada.

Em relação às linguagens utilizadas nos textos, conferimos uma presença majoritária de frases declarativas e imperativas tanto nas imagens, quanto nos textos de legenda (semelhante ao resultado dos métodos anteriores e de acordo com a caracterização esperada do método *a priori*). Mas percebemos também indícios de crescimento do uso da linguagem interrogativa, conforme tabela:

| Rótulos de linha | Contagem de tipo de frase (linguagem) Texto | Contagem de tipo de frase (linguagem) Imagem |
|--------------------|---|--|
| Declarativa | 27 | 27 |
| Imperativa | 14 | 14 |
| Interrogativa | 3 | 3 |
| Total geral | 44 | 44 |

Tabela 8: linguagem empregada nas publicações sobre água com elementos do método *a priori*

Ainda em relação ao tipo de linguagem empregada nas publicações, identificamos que a mesma maioria de peças com linguagem declarativa e imperativa também são aquelas que indicam a necessidade de mudanças de hábitos de acordo com os conceitos fundamentais do WWF-Brasil:



Gráfico 5: relação entre a indicação de mudança de comportamento e os tipos de linguagem empregados nos textos das publicações do WWF-Brasil sobre a água

Assim como na categoria dos métodos anteriores, as publicações com elementos do método de fixação de crenças *a priori* não apresentam dados como evidências ou provas de suas crenças e conceitos fundamentais. Contudo, apresentam em sua composição a assinatura da WWF (na imagem ou mesmo como parte do texto, com o uso das etiquetas #WWFBrasil e/ou #WWF) como responsável pela informação e pelo conteúdo.

Ainda que, em sua maioria, as publicações que carregam consigo elementos do método de fixação de crenças *a priori* estejam assinados da mesma forma que as publicações nas categorias anteriores, esse é o primeiro método que começa a apresentar outras fontes de informação que não são o próprio WWF-Brasil. Nas 44 peças analisadas, já encontramos 2 peças cujas informações são extraídas de depoimentos de parceiros ou personagens (pessoas que convivem com o tema), além de 1 peça assinada em parceria com outras empresas e organizações (como OMO, ONU, Ministério do Meio Ambiente, entre outros), 2 peças com informações referidas a jornais e 39 peças cuja fonte é o WWF.

5.2.5 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: o método científico

O último grupo de publicações analisado foi o grupo de peças que consideramos coerentes com o método de fixação de crenças científico. Como exposto anteriormente, trata-se do método cujo objetivo principal é conferir significado a ideias filosóficas em termos experimentais, de modo a investigar os conceitos fundamentais envolvidos em um processo, a fim de estabelecer-lhes a verdade que consideramos objetiva, isto é, a partir da realidade e de evidências.

Nesse grupo, analisamos a maior quantidade de publicações feitas pelo WWF no período destacado e em relação ao recorte temático da água. Ao todo, foram encontradas 71 peças com elementos de composição que as aproximam de um método de fixação de crenças científico.

Nessas publicações, percebemos um esforço por parte da organização, que é uma referência no desenvolvimento de pesquisas e estudos na área ambiental, não só para tomadores de decisões, bem como para conhecimento e educação ambiental da sociedade civil, de informar de forma completa sobre o tema abordado na publicação. Essas são publicações cujas argumentações são focadas principalmente na atração dos usuários para os conteúdos científicos produzidos pelo WWF, além das informações que suportem os posicionamentos e conceitos defendidos pela organização.

É interessante perceber que, mesmo estando em uma rede cuja estrutura motiva publicações curtas e com menos informações, prezando principalmente pela reafirmação de conceitos já reforçados pelo posicionamento diário dos perfis e produtores de conteúdos, o WWF-Brasil ainda possui uma grande maioria (no recorte definido) de publicações que demonstram uma preocupação com a objetividade das informações compartilhadas. Vejamos um exemplo:



Figura 9: publicação do WWF-Brasil sobre o consumo de plástico e seus impactos

Na figura 9, o WWF-Brasil reforça a importância da redução do consumo de plástico e seu consequente descarte incorreto em rios e oceanos. Esse é um posicionamento que percebemos compor 77 publicações do total de 137 publicações analisadas.

Apesar de frequente, esse posicionamento é colocado na publicação destacada pela Figura 9 com referência para mais dados sobre esse cenário no Brasil, além das fontes de informação para esse posicionamento e a importância de uma mudança de hábitos de consumo. Além do gráfico disponibilizado na publicação, o link que está disponível (e destacado) no texto de legenda nos leva para uma página do WWF em que se concentra a explicação do projeto Plástico Vale Ouro e de pesquisas realizadas pelo projeto para destinação correta desses resíduos, além de vídeos de orientação e gráficos com linguagem acessível, simples e lúdica⁹.

⁹ Conteúdo disponível em: https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/reducao_de_impactos2/programa_marinho/plasticovaleouro/

Como demonstrado de forma predominante em todos os grupos de publicações, aqui também percebemos que as publicações de conscientização representam maioria em relação ao tipo de comunicação empregado:

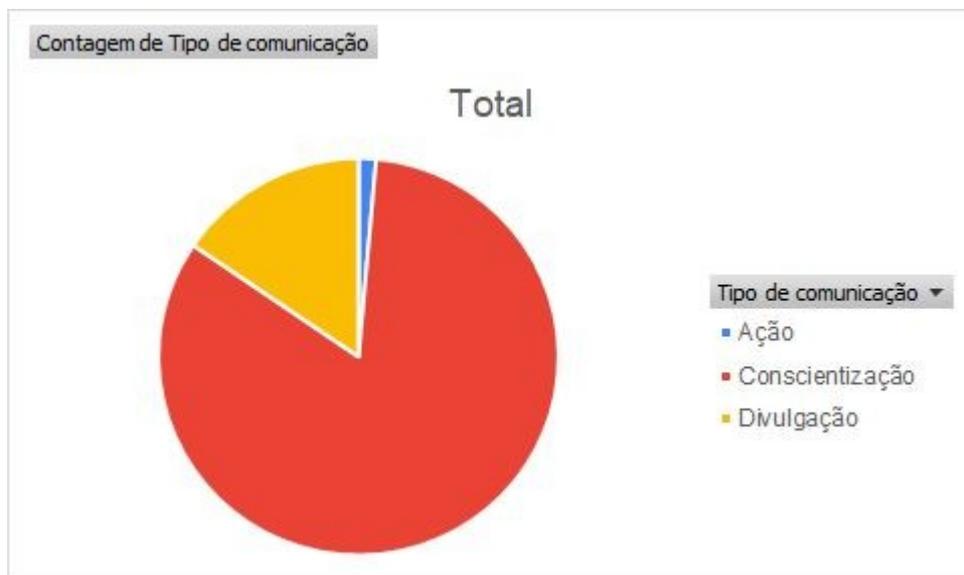


Gráfico 6: tipo de comunicação dessa publicações do método científico

Além disso, percebemos que, quando utilizado nas peças, o método de fixação de crenças científico também é uma ferramenta para a promoção da necessidade de mudanças de hábitos. Das publicações analisadas nesse grupo, 64 tinham indicações diretas sobre mudanças de hábitos e apenas 7 não possuíam tal referência direta. Contudo, nenhuma dessas publicações tinham indícios de proposições de dúvidas ou rompimento com crenças anteriores como ponto de partida.

Em relação ao tipo de linguagem empregada, temos um cenário semelhante para os textos presentes nas imagens e os textos de legendas. Uma predominância da linguagem declarativa, mas um crescimento considerável de frases com o uso da linguagem imperativa e interrogativa.

| Rótulos de linha | Contagem de tipo de frase (linguagem) Texto | Contagem de tipo de frase (linguagem) Imagem |
|------------------|---|--|
| Declarativa | 41 | 62 |

| | | |
|--------------------|-----------|-----------|
| Imperativa | 17 | 5 |
| Interrogativa | 13 | 1 |
| N/A | 0 | 3 |
| Total geral | 71 | 71 |

Tabela 9: tipos de linguagem nas publicações do WWF-Brasil com elementos do método de fixação científico

É interessante perceber que, de 71 publicações percebidas nessa categoria, algumas possuem referências com tipos de conteúdos em vídeos e série-documentário, como é o caso da série *Jornada das Águas*, divulgada pela primeira vez em 6 de março de 2018 no Instagram da organização:



Figuras 10 e 11: imagens da publicação sobre o lançamento da série *Jornada das Águas* do WWF-Brasil

O texto da publicação em destaque seguia da seguinte forma:

Começou ontem (05/03) a Jornada da Água que acompanha o caminho que as águas do Rio Paraguai percorre, desde as nascentes até o Pantanal. Nos próximos dias vamos conhecer de perto a importância da questão hídrica e do Pantanal. No primeiro dia de jornada, a equipe formada por jornalistas, cientistas, pesquisadores e pelos cantores @AnaRafaelaOficial e do @GabrielSaterOficial, visitaram nascentes recuperadas e fazendas que preservam percentuais de florestas superiores àqueles exigidos por lei. Ao final do dia, os cantores fizeram uma apresentação musical surpresa para a comunidade de Piraputangas. A #JornadaDaÁgua deseja chamar a atenção da população para os desafios enfrentados pelo bioma e a necessidade de uma Lei do Pantanal que proteja desde a planície à região das cabeceiras, onde nascem as águas que inundam a região. Acompanhe a expedição pelo stories aqui no Instagram [...]. (WWF-Brasil, 06/03/2018 [Jornada das Águas])

Uma narrativa cuja primeira mensagem é de questionamento, a série-documentário *Jornada das Águas* é uma iniciativa do WWF, dirigida por Cícero Fraga, com mobilização e ativação de redes coordenada por Melina Bomfim, que reuniu grupos de pesquisadores, além de pequenos agricultores, jornalistas do WWF e de veículos que cobrem a pauta ambiental e ativistas, que percorreram aproximadamente 2 mil quilômetros para vivenciar a realidade do Pantanal matogrossense e testemunhar a ameaça que essa região está sofrendo a partir da perspectiva da água e dessa decisões de gestão, consumo e preservação das região do país¹⁰.

Enquanto o documentário aborda questões como “onde nasce a água que chega em nossas casas?”, “que caminho ela percorre até sair das nossas torneiras?” e “o que pode estar ameaçando nossas nascentes e nossos rios?”, as publicações e conteúdos publicados no Instagram também utilizam os conteúdos produzidos ao longo das gravações, depoimentos e estudos para compor uma série de peças que alertam para a importância de uma mudança consciente de comportamento.

Em relação ao uso de dados na composição dessa peças, elemento importante para a criação de uma peça de comunicação que se enquadre no modelo científico de fixação das crenças, 55 publicações fazem uso desse tipo de informação para promover os conceitos fundamentais da peça. Desse número, 35 publicações deixam evidentes as fontes utilizadas para a obtenção desses dados. É interessante perceber que, dessas 16 publicações restantes sem a menção de dados específicos (estatísticos ou numéricos), 4 delas ainda disponibilizam as fontes dessa informações.

Um exemplo interessante sobre a disponibilização de dados e pesquisas para a construção não só de um conteúdo, mas do posicionamento da organização sobre determinada agenda, é a publicação do dia 24 de outubro de 2019, durante o desastre ambiental provocado pelo derramamento de óleo na região Nordeste do país. Nessa publicação, notamos que os dados não só são apresentados, como são o centro da publicação:

¹⁰ Documentário disponível pelo site do WWF: jornadadaagua.org



Figura 12: publicação do WWF sobre o derramamento de óleo na região Nordeste do Brasil em 2019

Nesse momento, o WWF-Brasil, juntamente com outras organizações ambientais, se posicionava sobre a importância de uma ação por parte do governo federal para apoio da população atingida pelo desastre, além da tentativa de controle das áreas contaminadas e dos impactos decorrentes.

Para suportar esse posicionamento e a campanha, o WWF-Brasil fez uma série de publicações informativas sobre o cenário na região durante esse período. Além de uma cobertura jornalística, a organização disponibilizou documentos de apoio às informações divulgadas que, naquele momento, receberam opiniões contrárias e posicionamentos diferentes aos da organização. A organização também desenvolveu uma plataforma de mobilização civil em prol do apoio à comunidade, aos voluntários que atuaram na contenção do óleo e para contribuição com o comércio e pequenos comerciantes locais.

Ainda sobre as publicações observadas sob a perspectiva da metodologia científica, as referências e fontes utilizadas para a composição das publicações, encontramos grande variedade, conforme Gráfico 7, abaixo:



Gráfico 7: tipos de referências utilizadas nas publicações

No que diz respeito às diferentes referências que destacamos no Gráfico 7, conseguimos traçar uma relação entre as publicações que continham a informação da referência e os tipos de referenciais contidos nos links de apoio que foram registrados.

Entre as referências dispostas no gráfico, destacamos as campanhas desenvolvidas pelo WWF, que são pacotes de comunicação com página específica, pesquisas e estudos de apoio, divulgação ampla em todas as redes do WWF, cobertura jornalística na plataforma principal da organização e estão presentes em 11 das publicações com indicação de referências para apresentação de evidências que suportam seus conceitos fundamentais e suas crenças.

Além dessas campanhas, destacamos os 6 estudos compartilhados nas publicações, desenvolvidos não só pelo WWF-Brasil, mas também por outras organizações sobre as principais pautas na agenda de preservação, proteção e consumo sustentável de recursos hídricos naturais.

Esse conjunto de publicações ainda está composto por 15 matérias jornalísticas produzidas não só pelo WWF, mas por veículos de grande circulação, como Estadão e a Folha de São Paulo. Além dessas matérias, as publicações contam com a composição de seu conteúdo com conteúdo de outros formatos, como

os documentários produzidos pelo WWF (*Jornada das Águas* e *Nosso Planeta*, que aparecem em 8 publicações), petições (6 publicações) e sites para divulgação de eventos (1 publicação).

5.2.6 Classificação das publicações em relação aos métodos de fixação de crenças: desafios de análise

Ao longo do processo de coleta e análise de dados e separação das publicações de acordo com os critérios descritos nos tópicos anteriores, também foram identificadas ocorrências de publicações que poderiam conter elementos de mais de um método de fixação de crenças, como destacamos neste tópico.

Essa observação é importante pois demonstra que, no recorte observado, não existe um único modelo de comunicação para a temática da água nas publicações feitas pelo WWF-Brasil e dá indícios de que o método não depende somente do emissor ou produtor de conteúdo, mas que dialoga diretamente com as determinações e estrutura da plataforma em que esse conteúdo será publicado.

Ainda que, com a ajuda dos critérios de análise e do agrupamento das publicações, fosse possível perceber recorrências e características mais marcantes, as publicações demonstravam uma transição entre os diferentes métodos de fixação de crenças, principalmente no que diz respeito aos métodos da tenacidade, *a priori* e autoridade.

Durante o desenvolvimento da análise das peças coletadas e na tentativa de categorização por características e elementos de composição, compreendemos que, ao observar os métodos de fixação de crenças como ferramenta de produção de conteúdos e pela promoção de uma ou mais crenças alinhadas com as visões e conceitos fundamentais da organização, esses métodos acabam demonstrando maior impacto uma vez combinados ou distribuídos pelas diferentes publicações.

Mesmo que a organização seja referência no campo de desenvolvimento de estudos e de pesquisas para basear as discussões públicas sobre os temas ambientais e, com essa característica, possua um papel importante de compartilhamento de dados e evidências, percebemos que não basta utilizar-se de um único modelo ou de uma única metodologia para fazê-lo. Tendo em vista as configurações das redes, estratégias de engajamento, tipos de públicos e agendas de comunicação (como datas comemorativas ou períodos de maior destaque para as pautas ambientais), diferentes formas de composição de peças (inclusive no que diz respeito a como atingir o leitor) são empregadas.

Como percebemos nos tópicos anteriores, ao descrever as publicações que se encaixam nesses grupos, também pudemos notar que alguns dos aspectos destacados (como a quantidade de informações no texto de legenda, a frequência de publicações com um mesmo conceito associado, a autoridade presente nas publicações cuja referência é o próprio WWF, entre outros) eram reforçados ou mesmo provocados pelas limitações e configurações da plataforma.

Em relação às barreiras ou limitações, destacamos elementos como formato de imagem, tipo de arquivo, quantidade de caracteres visíveis na legenda, além de uma estrutura que provoca uma transformação no tipo de conteúdos da organização (conteúdos mais curtos, com imagens com pouco texto, linguagem mais coloquial, frequência de publicações que segue calendários específicos e estratégias especializadas em redes sociais).

Em uma rede social cujo tempo de utilização é alto, porém o fluxo de conteúdos é ainda maior, a atenção dos leitores é cada vez mais concorrida e dividida, diminuindo a dedicação que cada usuário dá a uma única publicação, principalmente se esse conteúdo não é dinâmico, não se adequa ao contexto e não acompanha possíveis tendências da mídia em que se encontra.

CONCLUSÃO

Entre os consensos possíveis a partir dos diversos estudos e notícias que acompanhamos diariamente sobre o meio ambiente e a nossa relação com os recursos naturais, precisamos urgentemente de um processo massivo de conscientização e mudança de comportamento em relação ao nosso consumo, proteção e preservação ambiental. Contudo, esse processo só é possível se, ao nos afastarmos da questão, nos propusermos a entender o que molda nosso comportamento e nossos hábitos.

Para compreender melhor nossas relações com o consumo, com o mercado de trabalho, com outros indivíduos e até os nossos hábitos mais corriqueiros, precisamos entender de onde partem esses hábitos e como são formados. Ao longo deste trabalho, discutimos como as crenças dão origem aos nossos comportamentos e como transitamos por esse processo, desde quando recebemos novas informações ou reforçamos concepções até a formação de um hábito e, por fim, a fixação de uma crença.

Esse é o processo descrito como fixação de crenças, visto que uma das coisas que buscamos constantemente, de acordo com a teoria de Charles Peirce, é a crença. Para o autor, estamos rodeados de situações em que nos deparamos com questões e a necessidade de uma solução, uma ação e uma reação. Embora existam contextos e variáveis específicas para cada situação que nos confronta, é possível afirmar que são as nossas crenças que nos movem em relação às respostas que demonstramos frente a essas questões. Para esse autor, esse processo é o que nos orienta em relação às nossas ações individuais e coletivas. De acordo com Peirce (2008) o início do processo de obtenção de uma informação, formação de hábitos e fixação de uma crença é o momento de provocação de uma dúvida.

A sensação de desconforto e a irritação provocada pela dúvida e pelo questionamento são razões pelas quais desejamos aceitar uma crença. A ausência de um padrão de ações que sejam baseadas em crenças que fixamos ao longo de

nossas vidas é o que nos motiva a, uma vez nesse estado, buscar por informações que sustentem e fundamentem a crença, que é um estado de satisfação, conforto e segurança do qual todos sentem necessidade. Além do desejo pela segurança, também possuímos a tendência pela continuidade, pela manutenção desse estado e da sensação provocada pela crença. Por isso, sempre que nos colocamos em estado de dúvida e reiniciamos o processo de fixação de uma crença, aproximamo-nos de conceitos fundamentais que se assemelham a algo que já nos era colocado como verdade, ou até que confirmam e reforçam nossas crenças, mesmo que não tenhamos evidências dessas informações.

Para Peirce, existem quatro estratégias pelas quais buscamos fixar as nossas crenças, descritas ao longo deste trabalho como os métodos da tenacidade, autoridade, *a priori* e o método científico.

No primeiro, chamado método da tenacidade, adotamos respostas sem questionamento em função de sua proximidade com nossos conceitos fundamentais pré-existentes, além da recusa pela possibilidade de qualquer perspectiva que ofereça outra informação ou que discorde das crenças. O método da autoridade, por outro lado, é definido pela relação de poder conferida a um indivíduo ou instituição que é seguido por outra pessoa ou mesmo um coletivo que compreendem aquela crença como inquestionável devido à autoridade compreendida pela fonte da crença e pela sensação de “punição” em relação à possibilidade de contradição.

O método *a priori* se aproxima da lógica e da razão: quando uma crença é estabelecida por esse método, o uso de informações e da lógica sem evidências ou comprovações dos conceitos que sustentam a crença são considerados como verdades pelo indivíduo e então concebidas como a crença que deve ser fixada.

Por fim, Peirce nos apresenta o método que, pare ele, é o que pode nos aproximar, com mais precisão, do que compreendemos como uma verdade objetiva, que independe do pensamento do indivíduo e de suas predisposições. Esse método é baseado em evidências e na experimentação de hipóteses que possam vir a ser defendidas como conceitos e verdades para que, só a partir de sua verificação, possam ser consideradas como fundamento de uma crença. Mesmo que não seja

um modelo defendido completamente pelo autor como ideal, o método científico é um método de valorização da dúvida e do ceticismo pela constante verificação e revisão de todas as verdades, pela ruptura com a noção de permanência e de elementos que não sejam provas.

Todo esse processo e a descrição dos métodos que podem ser utilizados pelo indivíduo para a fixação de uma crença são fundamentais pois compreendemos que, mais do que nunca, vivemos em um período em que as informações disponíveis que serão acessadas em um processo de fixação de crenças nunca foram tão numerosas, diversas e com perspectivas tão distintas.

Com esse trabalho, pudemos observar também a questão da fixação dessa crenças a partir de uma perspectiva não de quem busca pela crença, mas de quem tem a intenção de estabelecê-las no outro e, conseqüentemente, em um coletivo. Analisar a estratégia de comunicação que orienta um modelo de comunicação também nos permite observar os métodos de fixação de crenças como instrumentos de convencimento e de direcionamento sobre o qual organizações, indivíduos e instituições podem trabalhar em seus conteúdos.

Como descrevemos ao longo deste trabalho, a identificação de uma necessidade de mudança de paradigma e de comportamentos de forma coletiva a partir da conscientização sobre determinado tema, como é o caso ambiental, pressupõe compreender como se formam as crenças e, de certa forma, como os métodos de fixação podem ser empregados nos diferentes ambientes de informação e comunicação e de perspectivas específicas como nossas crenças e nossos hábitos em relação ao nosso consumo e práticas de proteção e preservação da água.

Compreendendo que vivemos em um período de expansão ininterrupta da disponibilidade de informações e da disponibilidade dessas informações nas diversas plataformas e novas tecnologias que nos rodeiam, é possível perceber uma mudança do caráter de dogmas e monopólios do conhecimento que vivíamos em outra era. Além disso, precisamos compreender que as formas de obtenção dessas informações também tem se transformado constantemente, desde a fonte da

informação até a plataforma que buscamos para essa busca. Presenciamos o crescimento de uso e da importância, por exemplo, de redes sociais. Fenômeno tecnológico que evidencia a importância da comunicação nesse processo e que hoje já faz parte de grandes processos sociais como política, cultura e até mesmo a pauta ambiental.

Ao longo deste trabalho, pudemos observar que, ainda que as redes sociais, conforme apresentado nos capítulos anteriores, tenham uma estrutura que de certa forma determina quais são os conteúdos que consumimos diariamente, também é necessário reconhecer o esforço dos produtores de conteúdo (marcas, personalidades, empresas, etc) em gerar engajamento com seus perfis em redes como o Instagram. Enquanto em mídias tradicionais poderíamos nos concentrar simplesmente no número de pessoas que acessam e consomem nosso conteúdo, agora vivemos um momento em que também é fundamental que esses consumidores compartilhem esse conteúdo, que concordem com os posicionamentos, que se sintam motivados a interagir não só com a marca, mas com as visões e concepções que carrega em sua identidade.

Como observado no tópico sobre as redes sociais, a navegação por essas plataformas também se dá a partir da necessidade de fixação de uma crença e do crescimento das redes como fonte de informação. De acordo com a Hello Research, 77% dos jovens participantes de uma pesquisa realizada em maio de 2018 têm as redes sociais como principal fonte de informação.

Essa relevância das redes sociais também as coloca em um papel de destaque no processo de fixação de crenças, uma vez que pode ser o ambiente que concentramos nossos esforços na busca pelos conceitos sobre os quais podemos fundamentar nossas crenças. Concordando com essa colocação, Franco e Borges (2017) apontam:

Dessa forma, faz sentido pensar que, à medida que navegamos pela internet, curtimos posts e páginas no Facebook, agimos nas redes sociais em duas direções que se completam: buscamos aplacar a dúvida – em sentido amplo – e buscamos o estado calmo e tranquilo de manter nossas crenças (FRANCO E BORGES, 2017, p.56).

No que diz respeito ao processo de fixação de crenças sobre o qual baseamos nossa pesquisa, também pudemos observar ao longo deste trabalho que essas mesmas plataformas de interação digital e produção de conteúdo online acabam reproduzindo (para além do produtor de conteúdo) os mecanismos de fixação de crenças que foram descritos por Peirce, mesmo que décadas antes do surgimento de qualquer um desses sistemas.

Ao longo da observação da teoria e dos conteúdos que coletamos, percebemos que os métodos de fixação de crenças não se limitam ao conteúdo e aos elementos que estão presentes em cada peça ou publicação. Essa ferramenta também é construída a partir de mecanismos e do funcionamento das redes sociais que, de acordo com Franco e Borges (2017) produzem bolhas, isto é, filtros através dos quais observamos o mundo. Com os mecanismos de algoritmos e de customização de experiências de cada usuário, sob a proposta de oferecer sempre o conteúdo mais segmentado e específico, as redes sociais provocam um efeito de limitação e de blindagem sobre tudo o que ele discorda ou que colocam em posição de dúvida as crenças que estão aplicadas aos perfis e posicionamentos nas redes.

Para compor esse cenário descritivo, propusemo-nos a analisar o tema ambiental de preservação das águas e consumo sustentável de recursos hídricos sob a ótica da teoria de fixação de crenças a partir da presença da organização WWF-Brasil no Instagram nos últimos cinco anos.

Conforme apresentado no terceiro capítulo, o WWF-Brasil é uma importante organização que trabalha para a proteção ambiental e a preservação de recursos naturais a partir da conscientização e pelo desenvolvimento de projetos de apoio às temáticas ambientais nos biomas brasileiros no que se refere à conservação dos ecossistemas, proteção das espécies e da biodiversidade, em prol do consumo e da produção responsáveis e pela mobilização civil e política em defesa do meio ambiente. Em todas as áreas de atuação, o WWF se coloca como uma das principais parceiras no desenvolvimento de estudos e pesquisas de diagnóstico e proposição de soluções para problemas ambientais e pelo desenvolvimento sustentável.

Considerando esse fator e os elementos observados nas publicações analisadas, percebemos como essa atuação é importante e como esse esforço científico está presente no movimento de conscientização e de promoção de hábitos mais sustentáveis para os seguidores e usuários que se engajam com o perfil da organização no Instagram.

Com a análise de 137 peças de comunicação do WWF, a partir da metodologia de coleta e análise descrita nos capítulos anteriores deste trabalho, percebemos que o principal papel desempenhado e almejado com as publicações da organização é de conscientização a partir da informação sobre o cenário ambiental brasileiro atual e as perspectivas de futuro a partir da mudança de comportamento e de hábitos da população brasileira e dos usuários que consomem os conteúdos do perfil.

Essa constatação foi obtida, principalmente, pela observação do trabalho de conscientização desenvolvido na rede, uma presença majoritária de publicações classificadas como peças de conscientização, compostas principalmente por informações sobre os ecossistemas e espécies e o cenário ambiental brasileiro atual. As publicações de conscientização foram seguidas de publicações de engajamento com a marca (uma presença que, de acordo com os estudos sobre o crescimento da relevância da presença em redes e do engajamento dos usuários, também se manifesta em como o WWF organiza sua estratégia de comunicação para a obtenção do resultado esperado com essa presença).

A observação das publicações também nos permitiu perceber o comprometimento do WWF com a promoção de hábitos e soluções sustentáveis, seja a nível civil (com hábitos de consumo e de engajamento voluntariado) ou político (com mobilização sobre pautas legislativas, atuação do governo federal e posicionamento político). As publicações eram compostas de modo a, em sua maioria, despertar a população para um contexto em que as mudanças de hábito são essenciais para reverter o cenário de poluição e esgotamento de nossos recursos e ecossistemas hídricos.

Em relação aos métodos de fixação de crenças, analisamos as publicações da organização tendo em perspectiva como as peças poderiam demonstrar elementos dos métodos de fixação de crenças a partir das especificidades dos tipos de publicações disponíveis no Instagram, assim como em relação à composição dos conteúdos (tanto nas imagens de cada publicação como nos textos que aparecem como legendas e complementam o conteúdo). Essa é uma perspectiva que nos ajudou a compreender como a estratégia de comunicação do WWF poderia manifestar elementos dos métodos de fixação de crenças de uma perspectiva de quem produz os conteúdos e com os objetivos descritos acima, de convencimento e promoção de mudanças de comportamentos.

A análise permitiu observar que a maioria das publicações coletadas possuíam elementos característicos do método de fixação de crenças científico, com a disponibilização de informações e referências a estudos e pesquisas com evidências sobre os posicionamentos e conceitos utilizados nas publicações. Ainda que esse método tenha sido percebido com destaque, também foram encontradas publicações com elementos dos outros três métodos, tenacidade, autoridade e *a priori*.

Foi interessante perceber, ao longo da análise, que esses elementos não são únicos em cada publicação: é possível notar que uma peça pode manifestar elementos que relacionamos com mais de um método de fixação de crenças. Em partes, compreendemos essa composição como uma consequência possível das próprias definições da rede social em relação aos tipos de conteúdos que ali são publicados. Contudo, para além das limitações do Instagram, identificamos que, mesmo que o WWF seja uma organização cuja importância no campo acadêmico e científico é marcante, ainda utiliza métodos que não são científicos para alcançar mais públicos e promover sua agenda e seus conceitos fundamentais.

Quanto ao uso das linguagens declarativa, imperativa e interrogativa, foi possível perceber, como a própria descrição de Charles Peirce sobre o processo de fixação das crenças, que o uso de elementos de composição das mensagens estava alinhado com a expectativa de saciação de dúvida e não de provocação de

questionamento. Nesse sentido, foi interessante encontrar as linguagens declarativas e imperativas como dominantes em todos os grupos de publicações.

Ainda que existam publicações com elementos que fazem referência a importância do questionamento de nossos hábitos e crenças atuais (principalmente das crenças que não são promovidas pelo WWF) e que se utilizam da linguagem interrogativa, percebemos que o intuito principal é a fixação de uma crença, e não o estado de dúvida. Mesmo que com o método científico esse processo se dê por meio de evidências, ainda fica a impressão de que não há nas publicações elementos suficientes para identificar uma intenção clara de promoção do raciocínio crítico e do ceticismo discutidos nos primeiros capítulos, mas sim demonstrar um posicionamento esperado de substituição ou reforço de crenças pré-existentes ao invés do incentivo à investigação.

Outro elemento que classificamos ao longo da pesquisa foi o uso do recurso de link complementar e de referência a dados para suportar os conteúdos nos textos das legendas das publicações, uma forma de disponibilizar, além de mais informações e dados sobre o conteúdo, a identificação de referências a estudos e pesquisas que não foram desenvolvidos pelo WWF ou que foram produzidos com apoio de outras organizações e instituições, mas que ultrapassam os limites de caracteres da plataforma. Percebemos que há um equilíbrio entre as publicações com esse elemento entre as peças analisadas em um sentido geral. No que diz respeito a esse elemento comparado com cada grupo de método de fixação, percebemos que o maior número de publicações com links complementares eram pertencentes ao grupo com os elementos do método científico. Achamos importante notar que o link complementar não é clicável e pressupõe que o usuário, além de uma leitura mais longa, faça uma transição entre plataformas, um movimento considerado menos comum nas redes sociais.

Com a conclusão da análise e o levantamento dessas questões e reflexões, com ênfase no tema ambiental, seja em relação à proteção da água e à preservação de recursos hídricos ou outros da agenda, e se observado o intuito de conscientização e promoção da mudança de comportamento, podemos verificar como ainda nos apegamos ao estado calmo proporcionado pela crença e como o

desejo pela não mudança dessa sensação nos leva não só a busca por crenças que preservam essa visão de mundo, como também utilizamos as ferramentas desse processo para promover crenças de acordo com uma determinada perspectiva (seja ela individual ou organizacional, como o caso do WWF).

Ainda que não tenhamos estudado esse processo para a identificação de um modelo ideal de comunicação e de inclusão do processo científico em estratégias de comunicação para essa área e baseadas em redes sociais, é importante levar para futuras discussões como a manutenção deste modelo pode dificultar que o processo de raciocínio lógico e crítico seja dominante.

Sabendo que estamos vivendo um período de polarização (principalmente na web) e de fortalecimento das redes sociais como fonte principal de informação, como podemos desenvolver conteúdos que sejam disponibilizados para usuários com diferentes crenças, sem o filtro dos algoritmos, de forma justa, verificada e regulamentada, conscientes dos processos de fixação de crenças e da importância da dúvida e dessa inferências que podem nos levar a conclusões concretas e objetivas sobre o mundo e sobre nós mesmos?

REFERÊNCIAS

ANDACHT, Fernando. The habit-taking journey of the self: Between freewheeling Orience and the inveterate habits of effete mind. In: **Consensus on Peirce's Concept of Habit**. Springer, Cham, 2016. p. 341-359.

ALISEDA, Atocha. Belief as Habit. In: **Consensus on Peirce's Concept of Habit**. Springer, Cham, 2016. p. 143-152.

BORGES, Priscila Monteiro; GAMBARATO, Renira Rampazzo. The role of beliefs and behavior on facebook: a semiotic approach to algorithms, fake news, and transmedia journalism. **International Journal of Communication**, v. 13, p. 16, 2019.

COLAPIETRO, Vincent. Habit, competence, and purpose: How to make the grades of clarity clearer. **Transactions of the Charles S. Peirce Society: A Quarterly Journal in American Philosophy**, v. 45, n. 3, p. 348-377, 2009.

FRANCO, J. R.; BORGES, P. **Educação em tempos de bolhas online**: uma abordagem peirceana. *Dialogia*, São Paulo, n. 27, p. 53-64, set./dez. 2017

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Editora Vozes Limitada, 2015.

HOKWAY, Christopher. Belief, confidence and the method of science. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, v. 29, n. 1, p. 1-32, 1993.

HOUSER, Nathan. Social minds and the fixation of belief. In: **Consensus on Peirce's Concept of Habit**. Springer, Cham, 2016. p. 379-400.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

NÖTH, Winfried. Habits, habit change, and the habit of habit change according to Peirce. In: **Consensus on Peirce's concept of habit**. Springer, Cham, 2016. p. 35-63.

PEIRCE, Charles S. **Ilustrações da Lógica da Ciência**. São Paulo: Ed. Letras e ideias, 2008.

PEIRCE, Charles S.; KINOUCI, Renato Rodrigues. **Ilustrações da lógica da ciência**. Idéias & Letras, 2008.

SANTAELLA, Lucia. Novos desafios da comunicação. **Lumina-Facom/UFJF**, v. 4, n. 1, p. 1-10, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. Hacker, 2001.

SANTAELLA, Lucia. O papel da mudança de hábito no pragmatismo evolucionista de Peirce. **Cognitio: Revista de Filosofia**, v. 5, n. 1, p. 75-83, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **O método anticartesiano de C.S. Peirce**. São Paulo: Unesp, 2004.

SHAPIRO, Gary. Habit and meaning in Peirce's pragmatism. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, v. 9, n. 1, p. 24-40, 1973

SHORT, Thomas L. Peirce on the Aim of Inquiry: Another Reading of "Fixation". **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, v. 36, n. 1, p. 1-23, 2000.

ANEXOS

Presença WWF no Instagram: Links das publicações analisadas

| | |
|--|--|
| | |
| <p>https://www.instagram.com/p/-dhRO_w3la/</p> | <p>https://www.instagram.com/p/-jthdjQ3KF/</p> |
| | |
| <p>https://www.instagram.com/p/BAlaw8nw3LZ/</p> | <p>https://www.instagram.com/p/BAakzy_w3IM/</p> |
| | |
| <p>https://www.instagram.com/p/BBUkJ0EQ3NT/</p> | <p>https://www.instagram.com/p/BCNZmVBQ3OX/</p> |

lembrete anual para a vida

DIA MUNDIAL DA ÁGUA

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Você sabia que apenas 1% da água disponível no planeta é potável para o nosso consumo? Por isso é muito importante usá-la de forma consciente! #DiaDaÁgua #Água #wwfbrasil

243 sem

Curtido por cardeaes_marli e outras 171 pessoas

23 DE MARÇO DE 2016

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BDRH7daQ3B9/>

ÁGUA POTÁVEL

congelada 77%

subterrânea 22%

lagos e rios 1%

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • 71% da superfície da Terra é água. 60% do nosso corpo é composto de água. Apenas 1% dela é potável. Precisamos pensar em como utilizamos nossos recursos.

#Água #WWFBrasil

244 sem

larajorge @otario.jorge.paganotti

243 sem Responder

shridevishakuntali

207 sem Responder

Curtido por menestilho e outras 186 pessoas

23 DE MARÇO DE 2016

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BDTkcCOW3Cn/>

VOCÊ SABE...

O QUE É O BACALHAU?

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • O Bacalhau é um processo de salga e secagem de três espécies de peixes que vivem em águas frias do hemisfério norte: O Gadus morhua (Bacalhau do Atlântico), o Gadus macrocephalus (Bacalhau do Pacífico) e o Gadus ogac (Bacalhau da Groenlândia). Os outros peixes secos são os "tipo bacalhau", que podem até ser da família verdadeira, mas suas características e qualidade da carne os fazem ser considerado "tipo bacalhau". #falasobreoceanos

241 sem

rafaa_gall Nunca vi nem comi eu so ouço falar

Curtido por desativado_jns e outras 112 pessoas

13 DE ABRIL DE 2016

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BEJRYhew3Nr/>

TONELADAS DE BACALHAU

800.000 t

COLAPSO

1850 1870 1890 1910 1930 1950 1970 1990 2000

ELES QUASE ACABARAM

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • O Brasil é o 2º maior consumidor de bacalhau do mundo, que é importado da Noruega, de Portugal e da China. Isso significa que mesmo a distância considerável de onde vem as espécies, temos um papel importante na sua conservação. Questione de onde vem o peixe que você consome e exija transparência nas informações. #falasobreoceanos

241 sem

Curtido por marcelinecbb e outras 97 pessoas

13 DE ABRIL DE 2016

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BEJ-DULQ3Gp/>

CONSUMO DE BACALHAU

O QUE O BRASIL TEM A VER COM ISSO?

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Uma das espécies de peixes utilizadas para fazer bacalhau, o Cod do Atlântico Norte, quase chegou à extinção na década de 90, o que causou impactos ambientais, sociais e econômicos na região. Para se evitar situações como essa, deve-se ter maior controle sobre as pescarias, por meio de seu ordenamento (estabelecimento de períodos de defeso e de áreas de criadouros, área de exclusão de pesca e determinação de cotas de captura); monitoramento do estoque pesqueiro, e, sobretudo, incentivar o consumo consciente. #falasobreoceanos

241 sem

Curtido por marcelinecbb e outras 99 pessoas

13 DE ABRIL DE 2016

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BEKaAa3Q3Fc/>

você sabe o que são ELASMOBRÂNQUIOS?

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Dica: são peixes com esqueleto cartilagemoso, grandes mandíbulas superiores e inferiores e narinas abaixo da cabeça. E aí, já sabe? #falasobreoceanos

241 sem

rosahelen92 @wwfbrasil aqui é mito difícil não usar sacolinhas plásticas pois elas servem de sacos de lixo

228 sem Responder

Curtido por desativado_jns e outras 106 pessoas

13 DE ABRIL DE 2016

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BEY5JuVQ3Jq/>



[instagram.com/p/BEZRYiqQ3LB/](https://www.instagram.com/p/BEZRYiqQ3LB/)



<https://www.instagram.com/p/BI6PLbbD3sK/>



https://www.instagram.com/p/BI_AFEHjrWn/



<https://www.instagram.com/p/BJbXouBjKeq/>



<https://www.instagram.com/p/BWkTPqThY-Y/>



<https://www.instagram.com/p/BX1LCS7h4zu/>



<https://www.instagram.com/p/BZV7azihYTS/>



<https://www.instagram.com/p/BZYnCOGBZ5s/>



<https://www.instagram.com/p/BZa9uKVh7Ib/>



<https://www.instagram.com/p/BZdpgJQBjMS/>



<https://www.instagram.com/p/BZgOOiKhMD0/>



<https://www.instagram.com/p/BZoz7O7B8my/>



https://www.instagram.com/p/BZs_VBCbclR/



<https://www.instagram.com/p/BaCCiD-BHHN/>



<https://www.instagram.com/p/Bc-kJLHFw0s/>



<https://www.instagram.com/p/BfjtOEqFwzw/>



<https://www.instagram.com/p/BfrrW-aFoG6/>



<https://www.instagram.com/p/Bf9T7PHHnXC/>



https://www.instagram.com/p/Bf_bvndIWx7/



<https://www.instagram.com/p/BgAACeHFzrK/>



<https://www.instagram.com/p/BgBU0WhlQNC/>



<https://www.instagram.com/p/BgCJXQZDvF8/>



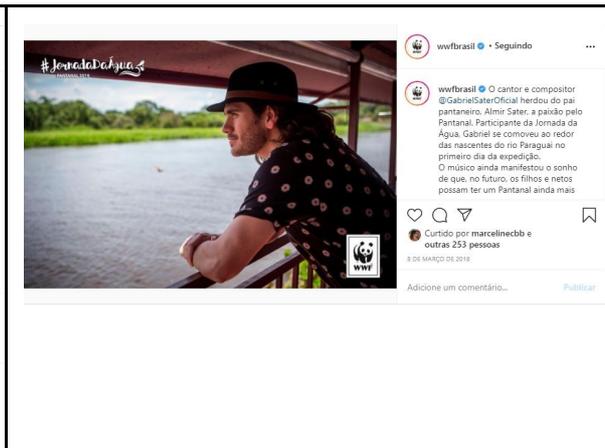
<https://www.instagram.com/p/BgCRo0tD3Va/>



https://www.instagram.com/p/BgChq4_DeOw/



<https://www.instagram.com/p/BgCwz5BhP6m/>



<https://www.instagram.com/p/BgEDKRnDAK1/>



<https://www.instagram.com/p/BgETrRljpVE/>



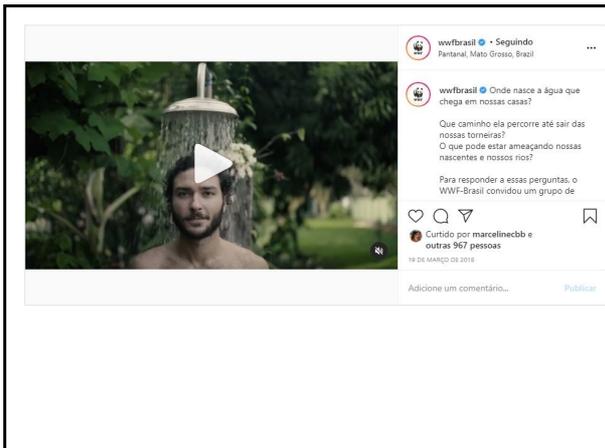
<https://www.instagram.com/p/BgE0GvaDGie/>



<https://www.instagram.com/p/BgOk4HeDjMl/>



<https://www.instagram.com/p/BgRGoLyD-7I/>



<https://www.instagram.com/p/BghdMKpjoSH/>



<https://www.instagram.com/p/Bgi-iCsj6rL/>



<https://www.instagram.com/p/Bgq2Bp3FSTS/>



<https://www.instagram.com/p/Bh1VgppFKQg/>



<https://www.instagram.com/p/Bh3y9o9FhWC/>



<https://www.instagram.com/p/Bh34mzzIM5E/>



<https://www.instagram.com/p/Bh4L-8m15YI/>



<https://www.instagram.com/p/BjDGFAmInNs/>



<https://www.instagram.com/p/BjUnFGLI92D/>



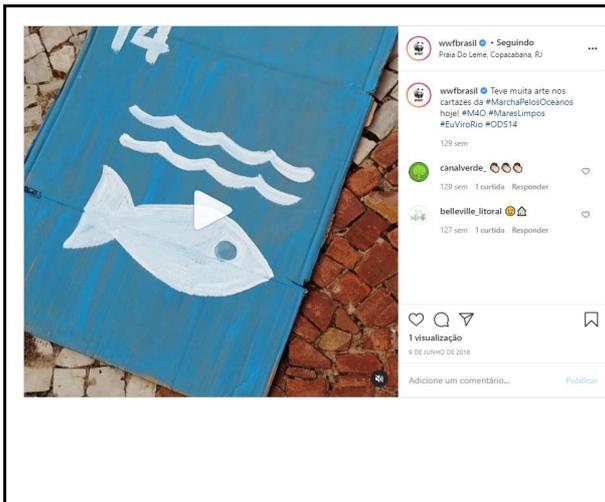
<https://www.instagram.com/p/Bjm2ZT4gTfE/>



https://www.instagram.com/p/BjwnLz_lj5Z/



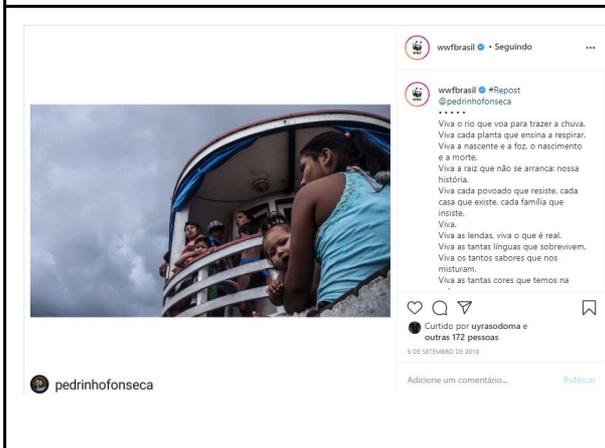
<https://www.instagram.com/p/BjzupyEINat/>



<https://www.instagram.com/p/Bj0Xfy1F6IJ/>



https://www.instagram.com/p/BkIdU3_IrTH/



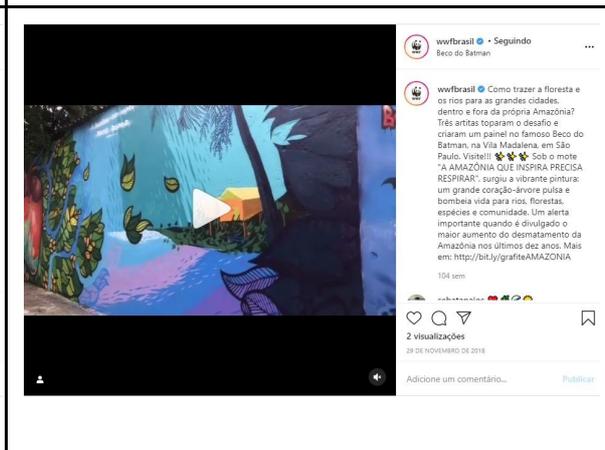
<https://www.instagram.com/p/BnWadFGiStr/>



<https://www.instagram.com/p/Boh74Zjh7Y9/>



<https://www.instagram.com/p/BqldhE9FxyZ/>



<https://www.instagram.com/p/Bqx10F1HCvZ/>



<https://www.instagram.com/p/BtYb95pj9Xg/>



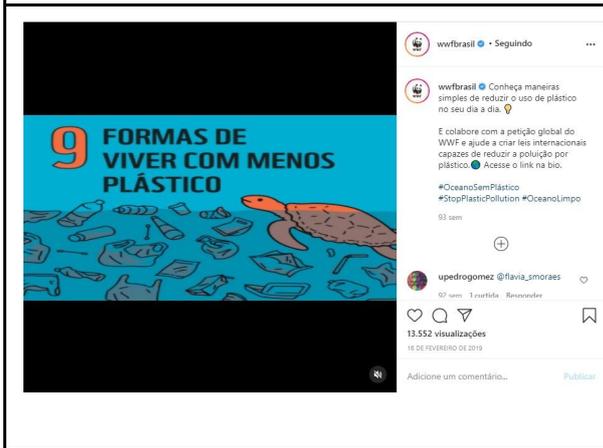
<https://www.instagram.com/p/BtvUhGMnCLv/>



https://www.instagram.com/p/Btyxuf_HWWN/



<https://www.instagram.com/p/Bt1Ok2OAmFX/>



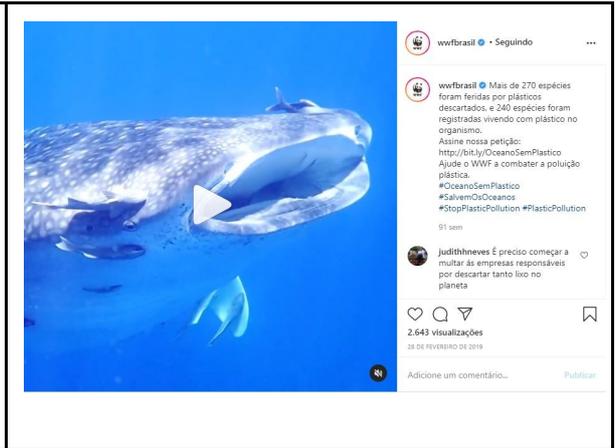
<https://www.instagram.com/p/Bt83Fsf1788/>



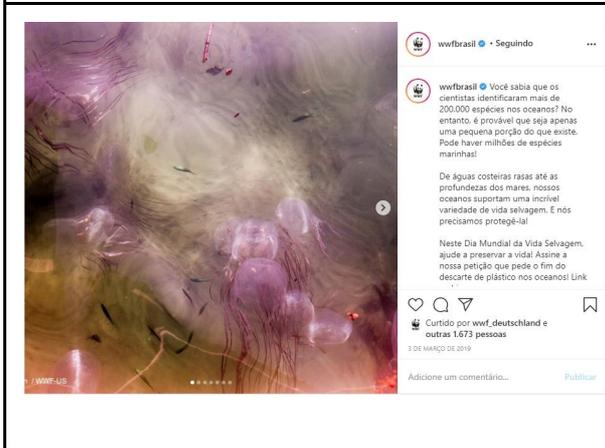
<https://www.instagram.com/p/BuCR3xjDxas/>



<https://www.instagram.com/p/BuPCUKMHo6M/>



<https://www.instagram.com/p/BucXKdCDOU7/>



<https://www.instagram.com/p/BujNHC5nrfx/>



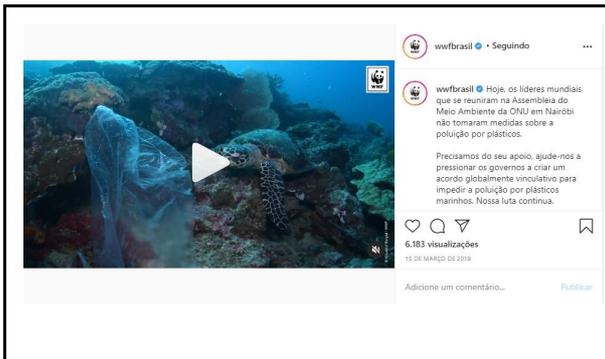
<https://www.instagram.com/p/BumycsyDgSJ/>



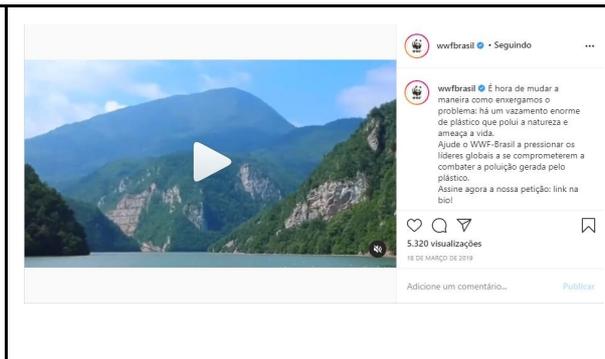
<https://www.instagram.com/p/Burl2OMjx8h/>



<https://www.instagram.com/p/Bu4siY3jPV5/>



<https://www.instagram.com/p/BvC0c2WFLXV/>



<https://www.instagram.com/p/BvKN8n8lgAo/>



<https://www.instagram.com/p/BvUnU7vn1iu/>



https://www.instagram.com/p/BvwLy3_HIYw/



<https://www.instagram.com/p/Bv6uh1VHqMz/>



<https://www.instagram.com/p/BwBJmrunwcy/>



<https://www.instagram.com/p/BwCftLaI8W1/>



<https://www.instagram.com/p/BwCrqWWH1ME/>



<https://www.instagram.com/p/BwDOku0ncWJ/>



<https://www.instagram.com/p/BwFDJWkIaRA/>



<https://www.instagram.com/p/Bwb7UwglGg/>



<https://www.instagram.com/p/BwmX2h3Halg/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil Apenas 1 em cada 3 dos grandes rios permanece de "curso livre". Ou seja, sem prejuízos causados por poluição, hidrelétricas ou estradas.

Esse é o resultado de um estudo inédito, realizado por um grupo de 34 cientistas do WWF, da McGill University, do Canadá, e de outras instituições.

Rios de "curso livre" fornecem os peixes que vão alimentar as pessoas, reduzem os impactos de secas e alagamentos extremos, evitam a erosão e possibilitam a existência de flora e fauna saudáveis. Precisamos

Curtido por sebatagajaz e outras 1.375 pessoas

9 DE MAIO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BxQmLkHFsQW/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil É chocante, mas não surpreendente, que resíduos de plástico tenham sido encontrados na parte mais profunda do oceano. O cientista Victor Veszcvo descobriu um saco plástico, embalagens doces e resíduos plásticos durante um mergulho a 10.927 metros de profundidade, na Fossa das Marianas durante o mergulho mais profundo já realizado na história.

Essa descoberta desagradável destaca a extensão e os impactos de longo alcance da poluição plástica em nossos oceanos. O lixo plástico pode levar até 450 anos para se decompor e, uma vez atingido o oceano, pode

Curtido por movimentoborabora e outras 3.688 pessoas

15 DE MAIO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BxFfU1xFhQw/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil A Marcha pelos Oceanos 2019 já começou na RESEX Delta do Paraíba (MA). Professores, alunos e moradores locais começaram uma marcha que vai percorrer as cinco comunidades da região e que pretende conscientizar os moradores e turistas da região sobre a relação entre o homem e os oceanos. A marcha termina no próximo sábado, 8 de junho, Dia Mundial dos Oceanos.

Uma rede de pesca com dimensões ilegais (superior a 2km comprimento), que foi apreendida pelo Itama no início do ano, é o símbolo da luta pela conservação dos oceanos. Um pedaço

Curtido por observatoriodoclima e outras 1.457 pessoas

4 DE JUNHO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/ByTDF-AHMoR/>

wwfbrasil • Seguindo

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro

wwfbrasil Até Rio de Janeiro

Fim de semana estamos aí para celebrar o Dia Mundial dos Oceanos e a Semana do Meio Ambiente. O WWF-Brasil preparou uma série de atividades totalmente gratuitas. Um dos destaques é uma limpeza subaquática na Ilha Menina, em Niterói, a programação também conta com apresentações teatrais gratuitas. Também teremos mesa de debate, trilhas, contação de histórias, clean-ups e muito mais. Participe, é de graça, só chegar e se juntar a nós. Confira nas imagens onde nos encontrar.

#diadosoceanos #oceansday #diadomeioambiente #conservação

Curtido por anarafeiaoficial e outras 894 pessoas

5 DE JUNHO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

Rio de Janeiro 2019 - CONEXÕES MATA-ATLÂNTICA E OCEANOS

8 de junho
08h30 às 12h30
Centro de Visitantes Paineiras

14h30 às 17h00
Auditório do AquaRio

9 de junho
08h30 às 12h30
Praia de Itaipu, Niterói-RJ

<https://www.instagram.com/p/ByVN258nfNy/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil Chuvas mais fortes, secas mais severas, verões mais quentes e invernos mais frios são sinais de que os efeitos das mudanças climáticas estão cada vez mais intensos. Mas os jovens não estão de braços cruzados. O movimento #FridaysForFuture, criado pela ativista sueca Greta Thunberg, levou milhões às ruas no mundo inteiro para cobrar iniciativas para conter as alterações no clima. Desde agosto de 2018, a jovem de 16 anos protesta em frente ao parlamento sueco, em Estocolmo, todas as sextas-feiras para exigir medidas concretas dos políticos contra as mudanças climáticas. A menina e o movimento criado por ela

Curtido por anapantanal e outras 1.589 pessoas

7 DE JUNHO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/ByagEajn7dc/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil Hoje é o Dia Mundial dos Oceanos. Os oceanos nos alimentam, sustentam boa parte da atividade econômica no mundo, fornecem o ar que respiramos e ajudam a regular o clima. Sem eles não haveria vida na Terra.

Hoje é o dia de celebrar a beleza, grandiosidade e a biodiversidade marinha. Chegou a hora de transformarmos os oceanos em ambiente onde nós pegamos o que queremos e despejamos o que não queremos, para um espaço de cuidado especial com um recurso compartilhado e de valor inestimável.

Curtido por anarafeiaoficial e outras 2.402 pessoas

8 DE JUNHO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/BycbX3PnctZ/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #DiaDosOceanos

O WWF-Brasil sabe da importância do seu papel na conservação do meio ambiente. Por isso, e para celebrar o Dia Mundial dos Oceanos (8 de junho) e a Semana do Meio Ambiente, organizamos uma série de atividades totalmente gratuitas no Rio de Janeiro. Você não esteve conosco? Assista um pouquinho da programação que incluiu debate, trilhas, clean-ups, apresentações teatrais e até uma limpeza subaquática na Ilha Menina, em Niterói (RJ). Comente aqui embaixo o que achou dessa maratona de eventos sobre a Mata Atlântica e Oceanos e fique ligado nas próximas atividades

3.944 visualizações

21 DE JUNHO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

https://www.instagram.com/p/By-_HISHWPI/

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #JuntosEPossivel - Ainda em sua infância, Diego Salciana aprendeu a nadar no rio Atuba, em Colombo, na região metropolitana de Curitiba (PR). Com o tempo, o vendedor passou a ver o rio que passa perto de sua casa cada vez mais sujo.

Para tentar limpar e preservar o rio que faz parte da sua história, o paranaense de 33 anos criou a "ecobarreira", projeto que, desde sua invenção em 2017, foi aperfeiçoado com o tempo, já rendeu prêmios ao inventor e inspirou projetos em rios de várias cidades do Brasil.

Curtido por amandeltaa e outras 2.789 pessoas

28 DE AGOSTO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B0YNsqNAnVJ/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #Seliga Amanhã sai o Relatório Especial do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC), documento anual que, em 2019, tem o tema "Clima e Terra". O estudo vai mostrar como estamos usando o solo e quais são seus impactos para o agravamento das mudanças climáticas e na segurança alimentar mundial.

Curtido por sebatapaj e outras 526 pessoas

7 DE AGOSTO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B04dY9CIRYc/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Em todo o mundo, 1 milhão de pessoas já assinaram a petição que pede que os governos criem um acordo por um #OceanosSemPlástico. A poluição plástica é uma crise global e real. Além de estar sufocando nossos oceanos ao colocar em risco a vida marinha, o plástico já contamina a água que bebemos, os alimentos que

Curtido por livisouzaalen e outras 2.907 pessoas

18 DE AGOSTO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B1Pp-1wLk-/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • A Conexão-Abrolhos, formada por algumas das principais organizações socioambientais que atuam na conservação marinha no país, lançou nesta terça (20) um #aleta para as empresas que pretendem participar da 16ª Rodada de Licitações de Blocos Exploratórios da Agência Nacional do Petróleo (ANP), prevista para ocorrer em 10 de

Curtido por amandeltaa e outras 1.415 pessoas

20 DE AGOSTO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B1Z0AM3n5le/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • ANP divulga primeiras inscritas para a 16ª Rodada de Licitações para exploração de petróleo e gás. O leilão que ocorre no dia 10 de outubro, irá oferecer 36 blocos em uma extensão de 29,3 mil km² de área, que inclui quatro blocos na Região dos Abrolhos, contestados do ponto de vista socioambiental. Entenda: <http://bit.ly/7asInscritasAbrolhos>

Na semana passada, a Conexão-Abrolhos é um grupo formado por algumas das principais organizações socioambientais que atuam na conservação marinha no país: Conservação Internacional CI-Brasil.

Curtido por pauli_chamorro e outras 1.193 pessoas

28 DE AGOSTO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B1pCwAcIkZw/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • O plástico está na comida que comemos, na bebida que bebemos e no ar que respiramos. Ele representa hoje cerca de 80% de toda a poluição presente no mar e, se nada for feito, até 2050 teremos mais plásticos nos oceanos do que peixes.

Este cenário levou o time do @santosfc, um dos maiores times de futebol do Brasil, a unir forças com o WWF-Brasil na campanha pelo fim da poluição plástica.

Assine a nossa petição por um #OceanosSemPlástico: <https://semplastico.wwf.org.br> (link na bio)

Curtido por sebatapajos e outras 7.403 pessoas

27 DE AGOSTO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B1qi7glnuFd/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Você sabia que...
- hoje, 21 de setembro, é #DiaMundialDaLimpezaDePraias?
- um milhão de aves marinhas e mais de 100 mil mamíferos marinhos morrem anualmente por interação com #plástico?
- segundo estimativa do Fórum Econômico Mundial até 2050, haverá mais plástico que #peixes nos oceanos?

Por isso mutirões de limpeza são tão importantes. E mesmo que você não more perto da praia ou possa participar de uma ação como essa, você pode ajudar na conscientização

Curtido por movimentoboranda e outras 1.843 pessoas

20 DE SETEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B2ppBvIISVs/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • "Vulnerável, mar brasileiro é a nova fronteira para tragédias ambientais", alerta cientista.

Aparecimento de óleo de origem incerta detectado em pelo menos 45 praias e 39 pontos nos estados de Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas e Sergipe chama atenção para a ameaça do petróleo que ronda a região de Abrolhos, na Bahia.

Leia a entrevista com a especialista: <http://bit.ly/MarVulneravel> (link na bio) e visite o site da Conexão-Abrolhos para assinar a petição por #AbrolhosSemPetróleo:

Curtido por aacopaiba e outras 1.197 pessoas

28 DE SETEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B29y6BYFSR0/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • O coordenador da Frente Parlamentar Ambientalista, Deputado Nilto Tatá (PT/DF), o presidente da Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável da Câmara dos Deputados (COMADS), Deputado Rodrigo Agostinho, e #ConexãoAbrolhos e a Change.org, com apoio da Liga das Mulheres pelos Oceanos, farão a entrega da petição contra o leilão de petróleo próximo a #Abrolhos, marcado para 10 de outubro.

Faça a sua parte! Assine a petição e #ProtejaAbrolhos: <http://bit.ly/AbrolhosSemPetróleo> (link na bio)

Curtido por sosmataatlantica e outras 850 pessoas

4 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B3NmFP4nywT/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Carlos Alberto Santos, líder comunitário e da Associação Mãe da Reserva Extrativista de Canavieiras, fala sobre os impactos econômicos e sociais que a exploração de #petróleo e gás na região de Abrolhos, sul do litoral da #Bahia, pode ter nas comunidades tradicionais pesqueiras. Cerca de 60 mil famílias dependem diretamente da pesca e marisqueira na região. A preocupação é baseada

2 visualizações

7 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B3VDiLUI2eM/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Anna Carolina Lobo, gerente dos programas Marinho e Mata Atlântica do WWF-Brasil, alerta que óleo explorado na região de #Abrolhos pode se espalhar de Salvador (BA) ao norte do Espírito Santo, em caso de incidente ambiental. A especialista também afirma que seria quase impossível recuperar corais e manguezais, estrutura que é a primeira a captar

2.449 visualizações

8 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B3Xu5rMI8sq/>

Estudo WWF-Brasil
BIODIVERSIDADE SUSTENTA ECONOMIA DE ABROLHOS

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #AbrolhosSemPetróleo Análise do WWF-Brasil mostra que a biodiversidade sustenta a economia na região de Abrolhos por meio do pescado e do turismo.

De acordo com o ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade), a pesca nas áreas vizinhas aos #Abrolhos movimenta R\$ 100 milhões ao ano, valor que representaria 10% da receita com pesca no Brasil, além de garantir a subsistência de 20 mil pessoas.

Leia mais: <http://bit.ly/BiodiversidadeSustentaAbrolhos> (link na bio)

Curtido por pauli_chamorro e outras 717 pessoas

10 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B3apaXBFRIo/>

Pressão surte efeito
ABROLHOS ESTÁ LIVRE DO PETRÓLEO

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #JuntosÉPossível Não houve nenhuma oferta para os quatro blocos de exploração de petróleo e gás na Bacia de Camamu-Almada na 16ª Rodada de Licitações de Blocos Exploratórios da Agência Nacional do Petróleo (ANP), realizada na manhã de hoje (quinta-feira, 10/10), no Rio de Janeiro. O risco de danos ambientais irreversíveis à região de #Abrolhos está afastado temporariamente.

Leia mais: <http://bit.ly/AbrolhosLivrePetróleo> (link na bio)

A vitória obtida hoje a favor de Abrolhos vem na esteira de uma

Curtido por fotospragrar e outras 4.198 pessoas

10 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B3cwqfDF9O0/>

#ÓleoNoNordeste Este vídeo foi feito na tarde deste domingo, dia 20, em Cabo de Santo Agostinho (PE). Um grupo de voluntários passou o dia todo limpando a praia –praticamente sem recursos. Para quem mora perto do mar, ou vive dele, limpar o óleo é um impulso natural e incontornável. O cheiro forte de combustível, a sujeira do óleo que gruda na pele, o calor e o cansaço são constantes.

Sem o EPI (Equipamento de Proteção Individual) adequado, muitos dos voluntários tiveram contato com a água cheia de contaminantes, o que é perigoso. É compreensível tomar esse tipo de atitude, mas todos devem

67.606 visualizações

10 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B325y3AHTop/>

#Óleo no Nordeste
NEGLIGÊNCIA AGRAVA DESASTRE

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #Negligência em tempo de resposta agravou desastre com #ÓleoNoNordeste. É sabido por aqueles que estão vivendo a crise nos locais atingidos que o Plano Nacional de Contenção (PNC) não tem sido implantado de fato.

A extensão desse desastre exige uma resposta a altura. E isso é responsabilidade do governo federal. É imperativo que o governo federal seja efetivo em suas ações e precise conter o óleo, é preciso fazer a retirada do material de maneira imediata e segura.

Leia mais:

Curtido por bichosdaaçaingtaoficial e outras 9.527 pessoas

21 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B34pSshDHwp/>

Ineficácia
JUSTIÇA MANDA GOVERNO AGIR

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Nesta segunda-feira (21), a Justiça de Pernambuco e Alagoas determinou que a União e o Itama adotem "providências imediatas" para conter e recolher o óleo que atinge praias, mangues, estuários e recifes da região.

A União terá prazo de 24 horas para implementar barreiras de proteção dos ecossistemas mais sensíveis, com instalação de equipamentos adequados para o resgate especializado. Também deverá fornecer equipamentos de proteção individual, inclusive para voluntários, recipientes adequados ao armazenamento do óleo e outros

Curtido por allissondiegabattista e outras 4.479 pessoas

21 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

https://www.instagram.com/p/B35yg4Hj_bX/

#ÓleoNoNordeste
Precisamos evitar que esse desastre ambiental vire também um desastre de saúde pública

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #ÓleoNoNordeste De 30/8 –quando foram vistas as primeiras manchas na Paraíba– até 21/10, 201 praias em 78 cidades de 9 estados do Nordeste foram atingidas pelo óleo cru. São mais de 2 mil quilômetros afetados por esse que é já é considerado o maior #DesastreAmbienta na costa brasileira.

Depois do #MeioAmbiente, a pesca e o turismo serão os próximos setores a sofrer com as consequências dessa tragédia. Por isso, é compreensível que as pessoas afetadas queiram solucionar essa questão.

Curtido por caminhodamatatantica e outras 6.486 pessoas

23 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B3-mV5-nwBb/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #ÓleoNoNordeste O que se sabe até agora sobre o #ÓleoNoNordeste? Depois do meio ambiente, a pesca e o turismo serão os próximos setores a sofrer com as consequências dessa tragédia que atingiu mais de 2 mil quilômetros e já é considerado o maior #DesastreAmbienta na costa brasileira.

A extensão desse desastre exige uma resposta à altura. É imperativo que o Governo Federal seja efetivo em suas ações: conter o óleo e fazer a retirada do material de maneira imediata e segura, evitando que o desastre ambiental vire também um desastre de saúde pública.

Curtido por observatorioflorestal e outras 2.610 pessoas

24 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B4ATNFYHzuG/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #ÓleoNoNordeste Diante do maior desastre ambiental na costa brasileira com a contaminação das pescas, praias, corais e mangues no Nordeste, ao invés do Governo Federal agir, mais uma vez ele criminaliza as organizações não governamentais da sociedade civil.

O ataque irresponsável do Ministro Ricardo Salles ao Greenpeace acusando a organização de estar por trás do derramamento do óleo é mais um capítulo dessa gestão que, ao invés de cumprir seu papel de governo, prioriza criar polêmicas vazias.

Curtido por greenpeacebrasil e outras 5.835 pessoas

24 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B4BinVkDja5/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #ÓleoNoNordeste Petróleo cru e saúde humana: pesquisadores reforçam a necessidade de voluntários usarem equipamentos de proteção completos, evitando que o desastre ambiental vire também um desastre de saúde pública.

Conheça os riscos do contato com o óleo cru: <http://bit.ly/5audeCieNE> (link na bio)

É compreensível que as pessoas afetadas queiram limpar as praias do litoral do Nordeste imediatamente, mas é importante dizer que a saúde delas está em risco e o cuidado com a vida de todos deve ser prioridade em

Curtido por rodrigodorado e outras 2.943 pessoas

25 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

https://www.instagram.com/p/B4Dcnh_nkFz/

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #ÓleoNoNordeste WWF-Brasil fornece Equipamento de Proteção Individual (EPI) para voluntários que atuam na retirada de petróleo cru. Além disso, parceria com ONGs locais para atividades de conscientização e treinamento para os voluntários.

Leia mais: <http://bit.ly/WWFepiÓleoNE> (link na bio)

Os treinamentos e orientações dos especialistas das ONGs parceiras são fundamentais para evitar contaminações e efeitos colaterais do manuseio sem proteção do petróleo cru e os respiradores semi faciais

Curtido por henriquepistilli.peixe e outras 2.540 pessoas

25 DE OUTUBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B4Lo-RjHdbV/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #ProtejaAbrolhos A Marinha confirmou a chegada de óleo no Parque Marinho de #Abrolhos. As primeiras manchas foram vistas neste fim de semana na ilha de Santa Bárbara, em Abrolhos, e na Ponta da Baleia, em Cavaleiros. A comunidade local e equipes de voluntários já estão trabalhando na região. Mas, sem a sua doação, não conseguiremos manter três importantes frentes de trabalho em andamento.

Doe agora <http://bit.ly/DoeAbrolhos> (link na bio) e colabore com a campanha #AbrolhosSemÓleo ao garantir:

Curtido por sosmataatlantica e outras 1.236 pessoas

4 DE NOVEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B4dUGZFHY5q/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • Você sabia que todos os anos milhares de baleias Jubarte populam as águas quentes de #Abrolhos para reprodução e nascimento dos seus filhotes? É por lá que as baleias bebês aprendem as primeiras lições de suas vidas, como se proteger de predadores e dar saltos, entre outras atividades. Esse é apenas 1 dos 10 motivos que listamos para que você nos ajude a deixar #AbrolhosSemÓleo.

Junte-se a #ConexãoAbrolhos nesta causa! Doe agora: <http://bit.ly/DoeAbrolhos> (link na bio)

As doações serão divididas em três frentes:

Curtido por ci_brasil e outras 989 pessoas

7 DE NOVEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B4lB0A4n8GR/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #PetróleoNoNordeste Pesquisadores de universidades federais, especialistas em ecossistemas marinho e oceanografia, representantes de ONGs que estão atuando nas localidades afetadas pelo derramamento de petróleo cru na costa brasileira e mais de 100 pessoas participaram de evento virtual sobre um dos maiores desastres ambientais da história do país.

Saiba mais: <http://bit.ly/2WebinarOleoNE> (link na bio)

O webinar promovido pelo WWF-BRASIL teve o objetivo proporcionar a

Curtido por bichosdaaatingaoficial e outras 1.306 pessoas

18 DE NOVEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B48zh46jOSI/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #DiaMundialDaPesca Desde 1950, 21 de novembro é a data instituída para chamar a atenção de todos para a pesca excessiva, destruição do habitat marinho e outras graves ameaças à sustentabilidade de recursos pesqueiros. A vida existente em rios, lagos, manguezais e oceanos tem importância fundamental para a sociedade, economia, cultura pesqueira e, claro, ecossistema.

No próximo dia 30 o maior desastre ambiental na costa brasileira completa três meses. Mas que nunca precisamos refletir sobre a situação dos oceanos, peixes, pescadores e

Curtido por movimentoboranda e outras 510 pessoas

31 DE NOVEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B510OIMnbnMQ/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #JuntosÉPossível A vida nos oceanos está em perigo! Essa imensa azul sofre cada vez mais com o descaço e a poluição e isso traz consequências ao meio ambiente, à economia e aos modos de vida das populações que vivem diretamente dos recursos naturais marinhos. Conhea o que estamos fazendo e apoie nosso trabalho em defesa dos oceanos: <http://bit.ly/DoOleoNE> (link na bio) #ConectadoNoPlaneta

53 sees

seniam.louzada.c Há décadas protegendo e cuidando ferozmente dos mares, parabéns.

Curtido por movimentoboranda e outras 884 pessoas

22 DE NOVEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B5LDm33D8hW/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #ProtejaAbrolhos Hoje é o último dia para você doar e ajudar a limpar os Abrolhos que há algumas semanas vem sofrendo com o derramamento de petróleo na costa brasileira.

À #ConexãoAbrolhos vem trabalhando em parceria com as comunidades locais em busca de minimizar os danos, já que o impacto no ecossistema é irreversível. Hoje (domingo, 24), último dia da campanha, pedimos a sua ajuda para que possamos continuar apoiando voluntários na retirada do óleo que não para de chegar nas praias e nos manguezais. Cada contribuição faz

Curtido por rodrigodorado e outras 564 pessoas

24 DE NOVEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B5QN-XtnpWm/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #OceanosSemPlástico Sim, as decorações de final de ano são muito bonitas! No entanto, as 8 milhões de toneladas de plástico que chegam aos oceanos todos os anos não são.

A temporada de festas é um momento muito especial para reunir, comemorar e agradecer as conquistas do ano que termina, mas esses eventos e decorações geram muito plástico descartável.

Através de pequenas ações, podemos reduzir a pegada plástica e ajudar nosso planeta a prosperar. Mas, lembre-se, o poder real de mudar isso

Curtido por carollastang e outras 1.110 pessoas

22 DE DEZEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B6X9CmEjJaW/>

wwfbrasil • Seguindo

wwfbrasil • #EstudosCientificos Acreditamos na geração de conhecimento e na produção científica como instrumentos de promoção do desenvolvimento sustentável e da conservação ambiental.

Por isso, trabalhamos junto aos maiores pesquisadores do mundo para compreender e identificar as melhores soluções para algumas das questões ambientais brasileiras.

Confira algumas das pesquisas científicas publicadas pelo WWF-BRASIL em 2019: <http://bit.ly/EstudosCientificos2019>

Curtido por savethemuriqui e outras 1.168 pessoas

31 DE DEZEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B6gzaJUFbQB/>

#tbt da **NATUREZA**

wwfbrasil • Seguinto

wwfbrasil • #TbtDaNatureza Apesar de ser uma espécie historicamente numerosa o Mero está tentando sobreviver em meio à pesca predatória, à destruição de seu habitat e, claro, ao lixo que vem atingindo nosso litoral.

Faça um #Tbt da Natureza, compartilhando esta mensagem, ajudando essa espécie a ser mais conhecida e assim ter mais chance de sobreviver na natureza. Pois quem conhece, cuida!

A vida dos Oceanos está em perigo. Junte-se a nós na defesa da vida marinha: <http://bit.ly/DoeOceanoE> (link)

Curtido por atriziablamontez e outras 619 pessoas

28 DE DEZEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B6iWvxnXh8/>

PROGRAMA ÁGUA BRASIL

Trabalho em rede beneficia 2,5 milhões de pessoas

wwfbrasil • Seguinto

wwfbrasil • #Sustentabilidade Programa Água Brasil encerra Fase 2 comemorando grandes resultados! O projeto nascido da união do Banco do Brasil, WWF-Brasil, Agência Nacional de Águas e Fundação Banco do Brasil beneficiou 2,5 milhões de pessoas e mostra possibilidades reais para o desenvolvimento sustentável.

Leia mais sobre os resultados desse trabalho em rede: <http://bit.ly/Pk6se2> (link na bio)

Nessa segunda fase (2016-2019), a parceria dedicou-se à restauração florestal próxima a bacias hidrográficas, apoio a produtores

Curtido por allissondegobalista e outras 738 pessoas

27 DE DEZEMBRO DE 2019

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B6mFWzfpAS/>

#OceanosSemPlástico

wwfbrasil • Seguinto

wwfbrasil • #OceanosSemPlástico A temporada de compras e festas acabaram, mas o verão está apenas começando! Por isso é importante lembrar que a enorme quantidade de plásticos descartáveis usados em festas e praias acaba poluindo (e muito!) nossos oceanos.

Que tal se comprometer a levar uma sacola reutilizável para a praia e para as compras? E por que não pedir para que os estabelecimentos usem utensílios de vidro, ou retornáveis? Por fim, é bastante fácil recolher seu lixo e ajudar na redução da poluição das praias, não é mesmo? Se todas as pessoas se comprometessem com

Curtido por rodrigorodado e outras 1.359 pessoas

1 DE JANEIRO

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B64GAQoldNa/>

wwfbrasil • Seguinto

wwfbrasil • Um motivo de esperança

#JuntosÉPossível De repente está ao nosso alcance salvar o planeta. Comprendemos todos os problemas. Estamos trabalhando em todas as soluções. A maioria delas, podemos implementar agora e, com o tempo, todas vão ajudar na economia. O crescimento de nossa população está diminuindo e, até o fim deste século, ela se estabilizará. Nunca houve uma oportunidade tão boa para assumirmos o controle. Mas precisamos fazer isso já!

É o plano? O plano é óbvio. Quer saber qual é? Veja o vídeo e entenda porque Sir David Attenborough,

15.452 visualizações

4 DE JANEIRO

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B65uq4xHuj4/>

wwfbrasil • Seguinto

wwfbrasil • #NossoPlanetaEducação, projeto global de educação ambiental do WWF, chega ao Brasil e disponibiliza materiais gratuitos na internet, palestras virtuais e ações presenciais que tornam acessíveis conceitos de biodiversidade e a necessidade de combater a crise climática.

Baixe grátis! http://bit.ly/NossoPlaneta_Educacao (link na bio)

O material, adaptado para atender o currículo escolar oficial pelo @queronaescola, inclui atividades presenciais adaptadas ao contexto de

Curtido por sebatagjos e outras 6145 pessoas

14 DE JANEIRO

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B7UmiSuFKbA/>

wwfbrasil • Seguinto

wwfbrasil • #PetróleoCru O maior desastre por derramamento de petróleo cru na costa do Brasil continua sem solução efetiva ou responsáveis identificados.

Em números atuais a tragédia é traduzida assim:

- são 145 dias desde os primeiros relatos no litoral do Nordeste;
- 999 localidades (incluindo 40 unidades de conservação), em 130 cidades de 11 estados afetados;
- uma área superior a 3 mil quilômetros atingida;
- milhares de animais marinhos (tartarugas, baleias, peixes e frutos do mar) impactados.

Curtido por sebatagjos e outras 2.079 pessoas

21 DE JANEIRO

Adicione um comentário... Publicar

<https://www.instagram.com/p/B7Ili08H0Fv/>



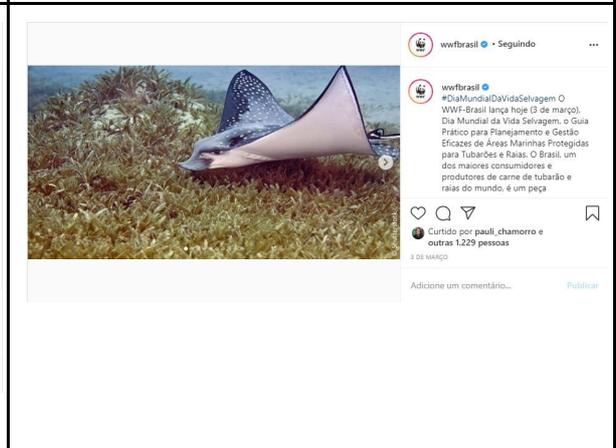
<https://www.instagram.com/p/B8myQxKnRPV/>



<https://www.instagram.com/p/B84zzzvF7qG/>



<https://www.instagram.com/p/B9Fry1tlszz/>



<https://www.instagram.com/p/B9SW02hnVyR/>



<https://www.instagram.com/p/B9aTrD2n8vm/>



<https://www.instagram.com/p/B-A6E2xFJWh/>



<https://www.instagram.com/p/B-CLUQ3H4OG/>



<https://www.instagram.com/p/B-De3qoF5eR/>



<https://www.instagram.com/p/B-GDqeBFOND/>



<https://www.instagram.com/p/B-loc-ll59V/>