

## Zona Incerta de identidades fluidas: uma análise sobre a narrativa transmidiática no *Alternate Reality Game* do guaraná Antártica<sup>1</sup>

Thaiane Moreira de Oliveira<sup>2</sup>

**Resumo:** Análise da narrativa transmidiática no Alternate Reality Game – o Zona Incerta – criado como ferramenta de marketing para promover o guaraná Antártica, no qual os sentimentos de identidade nacional e de memória coletiva sobre a Amazônia se tornaram elementos que permitiram a interseção entre as realidades virtual e concreta. A partir deste objeto é possível refletir sobre a fluidez identitária, permeada pelas neotecnologias que (re)constróem valores, padrões sociais e comportamentos.

**Palavras-chave:** Jogos de Realidade Alternada; narrativa transmidiática; memória coletiva

**Abstract:** Analysis of the transmediatic narrative about the Alternate Reality Game – the Zona incerta – created as a marketing tool to promote guaraná Antarctica, where the feelings of national identity and collective memory of the Amazon have become factors which made the intersection between the virtual and concrete realities. From this object it is possible to reflect on the fluidity of identity, permeated by neotechnologies that (re)construct values, social patterns and behaviors.

**Keywords:** Alternate Reality Games; transmedia storytelling; collective memory

### Alternate Reality Game Zona Incerta

Desde que a internet foi comercialmente aberta, há pouco mais de uma década, a estrutura de comunicação passou a desenvolver uma outra concepção. Passou a se encarregar de uma nova produção de identidade no indivíduo enquanto indivíduo e nele enquanto pertencente a uma sociedade, em um fluxo imagético que legitima a representação do mundo pelas telas dos computadores. Essas neotecnologias, assim como todas as outras tecnologias que permeiam a sociedade humana, estão construindo novos valores, padrões sociais e comportamentos, nas diversas esferas da sociedade, desde o âmbito comunicativo, cultural e principalmente econômico e mercadológico. E é, neste âmbito de *desdiferenciação*, proposta por Fredric Jameson (Jameson, 2001) no qual a cultura se torna um dos alicerces do capitalismo, que o mercado utiliza as

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Interprograma de mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, 06 de novembro de 2009.

<sup>2</sup> Mestranda (PPGCOM/UFF). E-mail: [thaiane.moliveira@gmail.com](mailto:thaiane.moliveira@gmail.com)

novas tecnologias para se auto-promoverem, através de publicidade e visibilidade cada vez mais ousadas e inovadores, introduzindo uma nova mediação cognoscitiva na sociedade digital.

Como a internet é um campo em construção constante, cujas características primordiais são o espírito libertário e a inovação (Castells, 2003), ela se torna um campo em reconhecimento constante. E a publicidade, que tem que buscar alternadas criativas para prender a atenção do consumidor diante de uma diversidade de informações, se adapta e adere aos recursos e ferramentas inovadoras da Web para divulgar seus produtos no concorrido mundo digital. Segundo Dênis de Moraes (Moraes, 2006), esta forma diferenciada da publicidade tradicional pode ser usada como uma forma camuflada de

*marketing oculto* que faz malabarismos para tentar contornar a fadiga, desenvolvendo técnicas de comunicação que apresentam o produto de maneira inusitada, a fim de evitar que o público-alvo perceba tratar-se de uma abordagem mercadológica convencional (Moraes, 2006: 43).

Assim, o *marketing oculto* brota nas telas dos computadores dos internautas desavisados e passam a ser transmitidos *viralmente* para uma rede de emaranhados de consumidores. Exemplo mais marcante deste marketing oculto, a que se refere Dênis de Moraes são os *Alternate Reality Games* (ARGs), ou Jogos de Realidade Alternada, em sua tradução. O ARG é uma proposta que mescla a ficção com a realidade, podendo às vezes até se tornar mais real do que a própria realidade. Este é o caso do qual esta pesquisa se atém a explorar: Jogos de Realidade Alternada utilizados como ferramentas de estratégia de marketing na rede on-line, da empresa Ambev em parceria com a editora Abril, para promover o produto guaraná Antártica. Este foi, apesar de não ser o primeiro, o mais polêmico ARG lançado no Brasil, pois embutia em suas mensagens uma reflexão sobre a Amazônia que foi considerada por muitos como uma afronta ao sentimento de soberania e identidade nacional do povo brasileiro. Sua narrativa girava em torno de um cientista, Miro Bittencourt, que descobrira arquivos secretos da empresa na qual ele trabalhava, o Guaraná Antártica, e lançara pela internet alguns dos enigmas pedindo ajuda para que os internautas pudessem decodificá-los. Uma série de sites foi criada para este ARG<sup>3</sup>, blogs, páginas de perfis falsos no Orkut e mais uma gama de vídeos produzidos. Em um destes vídeos, o personagem Allen Perrell, diretor Sênior de Marketing da *Arkhos Biotech*, a vilã desta trama, propõe ao mundo a privatização da Amazônia tendo em vista que o Governo não estaria capacitado para proteger a região<sup>4</sup>.

Diante desta campanha publicitária, muitos brasileiros acreditaram na fidedignidade dos vídeos e repassaram juntamente com protestos tanto no âmbito da realidade virtual, através de e-mails demonstrando sua indignação

<sup>3</sup> Foram produzidos 9 websites e dezenas de vídeos divulgados estrategicamente na internet.

<sup>4</sup> Link: <http://www.youtube.com/watch?v=LPrdeL2Lr98>. Acessado no dia 14 de agosto de 2009, às 04h e 43m.

perante a empresa Arkhos Biotech (que nunca existiu de fato), quanto no âmbito da realidade concreta, como o senador Arthur Virgílio do PSDB/AM, ao manifestar-se veementemente no Senado exigindo medidas cabíveis do Governo Federal.

Diante destes fatos, ficam abertas questões pertinentes ao campo comunicacional e social como a relação entre virtual e real, não como opostos, mas integrados nas multimídias atuais, que acabam por conduzir uma distorção no espaço temporal, trazendo a tona um misto que confunde realidade e ficção no imagético coletivo, levantando questões como a construção subjetiva de um *share of mind* implícito no *target* específico onde ocorre a interação entre agentes sociais, ao ponto em que reflete os anseios e facetas da multiculturalidade da sociedade ao mesmo tempo em que constrói uma memória coletiva de senso comum. A partir disso, é possível estabelecer uma reflexão sobre as identidades fluidas, fragmentadas e imaginadas, segundo conceitos utilizados por Hall (2002) e por Barbero (2006).

### **As zonas incertas da realidade virtual**

A proposta dos Alternate Reality Games (ARGs) é mesclar as realidades virtuais e concretas através de um game no qual permita uma interação com o internauta/receptor. O próprio conceito de “Jogo de Realidade Alternada” marca uma dissolução da fronteira entre o real e o virtual, entre a verdade e a ficção. Não existem regras bem definidas sobre o ato de se jogar um ARG, porém, sua característica principal, como uma máxima que possibilita o desenvolvimento deste gênero de jogo é o fingimento: ou seja, “fingir que nada daquilo é um fingimento”, chamado de TINAG (This Is Not A Game), no qual simulacros vão sendo construídos para gerar um efeito de real, segundo conceito estabelecido por Jean Baudrillard, como o de terceira ordem onde, “em plena consciência do jogo e do artifício (...) e, ultrapassando o efeito do real, instaura uma dúvida radical sobre o princípio de realidade” (1991, p. 73).

Não apenas somos intermediados pela representação através de imagens, mas como também, representamos o mundo através de imagens produzidas pelo homem, seja no âmbito da realidade concreta ou virtualizada. Em um mundo onde não apenas os signos estão virtualizados, mas onde existe uma virtualidade de tudo, é difícil definir o que é realidade e o que deixa de ser realidade. Ou seja, quando se fala em realidade concreta e realidade virtual não se pode limitá-las como conceitos opostos pertencentes de barreiras sólidas que as separam. São barreiras cada vez mais fluidas que se misturam na contemporaneidade.

Observamos esta transitoriedade entre a realidade concreta e a realidade virtual em diversos momentos durante este game do Guaraná Antártica. Não foram apenas nos lives<sup>5</sup> ou na interação social que ocorre nos Alternate Reality Games através do uso de inteligência coletiva em fóruns e sites de

---

<sup>5</sup> Como são chamadas as ações de campo dos jogadores, ou seja, quando eles saem da realidade virtual do game para agir no mundo da realidade concreta.

relacionamento. No dia 17 de março de 2007, durante a vinda do então presidente dos Estados Unidos, George W. Bush, para fechar um acordo com o Brasil sobre o etanol brasileiro, milhares de manifestantes estavam presentes em reivindicações diversas. Uma destas manifestações foi um grupo de pessoas fantasiadas de árvores, com uma faixa enorme com os dizeres: *Fora Arkhos Biotech – A Amazônia é nossa!* Assinavam pelo nome de Efeito Paralaxe, com o endereço de seu site na internet<sup>6</sup>. O Efeito Paralaxe era um grupo (fictício) de ativistas ambientais que viam nos estrangeiros, pesquisadores fixados na Amazônia, uma ameaça a soberania nacional. A vinda de Bush ao Brasil foi transmitida para todo o mundo e a marca fictícia Efeito Paralaxe transmitida a nível internacional. Porém, este grupo também fazia parte da narrativa. Foi assim, que os jogadores tomaram conhecimento da empresa Arkhos Biotech (também fictícia), através de um link postado no site do Efeito Paralaxe. A Arkhos era uma empresa internacional se propunha privatizar a Amazônia. Com um discurso baseado em uma retórica persuasiva e documental, o que se assemelha à realidade, a empresa dizia que cada vez mais a floresta está ameaçada e que a importância dela deveria ser uma preocupação ambiental internacional.

Partiu da idéia dos próprios jogadores criarem um site<sup>7</sup> contra a fictícia Arkhos Biotech, como outro site alternativo, paralelo ao game, para não deixarem a temática, de extrema importância para a sociedade, cair na naturalidade da sociedade. Ou seja, passaram a não só criar uma estratégia para continuidade à Realidade Virtual, como criaram outras formas de agir, de lutar pela causa ambiental e pela preservação da Amazônia.

Porém, o momento que mais marcou a transitoriedade entre as realidades concretas e virtuais foi quando o senador Arthur Virgílio conclamou, em Plenário, medidas cabíveis do Governo Federal sobre tal empresa internacional:

Ela está no site da Agência Amazônia, sob o título “Laboratório americano propõe privatizar a Amazônia”:

A Amazônia está mesmo à venda. Em um vídeo de 1 minuto e 25 segundos, postado em seu site, a empresa norte-americana Arkhos Biotech está convocando as pessoas do mundo inteiro a investir “para transformar a floresta (Amazônia) em um santuário de preservação sob o controle privado”. O apelo, em tom dramático, é feito pelo diretor sênior de marketing da empresa, Sr. Allen Perrell, para justificar que a Amazônia precisa ser cuidada por grupos internacionais. “A Amazônia não pertence a nenhum país, pertence ao mundo”, afirma Perrell. (...)

Perrell vai mais longe: “Ajudar-nos a comprar a Amazônia não é apenas uma ótima oportunidade de investimento. Pode ser a única maneira de salvar a floresta da extinção total”.

---

<sup>6</sup> [www.efeitoparalaxe.net](http://www.efeitoparalaxe.net)

<sup>7</sup> [www.amobr.com.br](http://www.amobr.com.br) (indisponível, atualmente)

Em sua página, a Arkhos Biotech divulga, em texto, em áudio e em vídeo sua missão: a Amazônia deve ser internacionalizada. [Ele diz isso textualmente. E diz mais, de maneira bastante primária, bastante grosseira, em relação ao Brasil]<sup>8</sup>.

O senador havia lido no site da Agência da Amazônia<sup>9</sup>, a notícia errônea sobre a Arkhos Biotech, no dia 29 de março de 2007. Esta data ficou conhecida como Dia Nacional do ARG, entre os pares – jogadores de ARG do Brasil. No dia seguinte ao discurso do senador, ele ficou sabendo sobre a essência da empresa fictícia e mesmo após sua retratação pública, outros políticos cometeram o mesmo erro, como o Governador Roberto Requião (PSDB/PR) e a deputada Perpétua Almeida (PCdoB/AC) que repetiu o erro em julho do mesmo ano. Por conta deste episódio, o senador Arthur Virgílio foi convidado para se tornar o “garoto propaganda” da campanha do Guaraná Antártica. O senador aceitou publicamente, porém esta parceria não foi prosseguida, pelo contrário, os vídeos do discurso do Arthur Virgílio foram tirados da rede sob alegação de direitos autorais em uso impróprio de imagens.

Através de um erro de verificação da fonte noticiosa e através de um extensivo marketing viral em torno do famoso vídeo, pode-se verificar que as barreiras que separam a realidade concreta da realidade virtual são mais fluidas do que o imaginário contemporâneo concebe. Portanto, torna-se impossível de colocá-las como opostas no mundo em que estas realidades se mesclam, mas sim, compreendê-las como complementares entre si.

### **Desvendando a interatividade e a não-linearidade no Zona Incerta**

Depois que a internet foi privatizada e comercializada, em meados de 1995, a estrutura de comunicação passou a se encarregar de uma nova produção de identidade no indivíduo enquanto indivíduo e nele enquanto pertencente a um coletivo. De acordo com Pierre Lévy (1999: 260), “as redes de computadores carregam uma grande quantidade de tecnologias intelectuais que aumentam e modificam a maioria das nossas capacidades cognitivas”. O filósofo conceitua a rede como um espaço virtual, ao qual denomina ciberespaço, de interconexão mundial de computadores. Para ele, esse novo processo de comunicação baseado na interatividade proporcionada pela estrutura das redes rompe com barreiras espaço-temporais em uma universalização da informação sem necessariamente ser recurso da *totalização*, ou seja, Lévy afirma que a informação via emissor já não é mais centralizada, autoritária e monolítica.

A interatividade, proposta por Pierre Lévy, é aprofundada por Alex Primo, um dos principais estudiosos da contemporaneidade que vêm

---

<sup>8</sup> Parte do discurso do Senador Arthur Virgílio sobre a fictícia Arkhos Biotech proferido no dia 29 de março de 2007. Disponível, na íntegra, no site da Folha de São Paulo: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u90785.shtml>, acessado no dia 28 de setembro de 2009, às 23h e 11m.

<sup>9</sup> [www.agenciaamazonia.com.br/](http://www.agenciaamazonia.com.br/)

pesquisado a fim de este conceito. Primeiro, embasado em diversos autores, propõe uma reflexão crítica acerca da interatividade, conceito difundido largamente nas diversas esferas do senso comum. Segundo ele, a interatividade apregoada é argumento de venda, “mesmo no campo teórico” (Primo, 2007: 13). Sofremos uma enxurrada de usos deste conceito, principalmente na própria estratégia de marketing das empresas que buscam ativar plataformas web, como é o caso deste objeto de estudo em questão.

No caso do Zona Incerta, foram criadas, três comunidades no Orkut, o Desvendando o Zona Incerta<sup>10</sup>, Desvendando o QOEOM<sup>11</sup> e o Desafio GA<sup>12</sup>, nos quais a interatividade entre os jogadores e entre os personagens da trama acontecia. Porém, esta interatividade é uma interatividade social medida através do computador. Apesar do ARG também usar o conceito de interatividade, pode-se classificar a interatividade presente neste ARG como Coativa, conceito segundo Rhodes e Azbell (Apud Primo, 2007, 08), pois, os jogadores não tinham possibilidades de interferência efetiva na narrativa já desenvolvida pelos *puppetmasters*<sup>13</sup> e sim, agir conforme o enredo os conduzia, controlando a seqüência, o ritmo e o estilo. Ou seja, ele pode construir os caminhos pelos quais, utilizando recursos lineares, como livros, jornais, revistas ou qualquer informação escrita; ou mesmo por recursos tecnológicos como comunidades *on-line*, fóruns, *chats*, *blogs*, vídeos etc.

Pelo fato de os jogadores não interagirem, no sentido de possibilidade de modificar a trama narrativa, a não-linearidade é outro conceito que merece um olhar mais criterioso.

Em entrevista com o roteirista deste game estudado, André Sirângelo, explicou como que a não-linearidade funcionava através deste ARG.

---

<sup>10</sup> Nesta comunidade do Orkut, os debates giravam em torno da narrativa de Miro Bittencourt e sua busca para decifrar os códigos encontrados. <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=26447153>, acessado em 20 de setembro de 2009, às 12h e 09m.

<sup>11</sup> QOEOM, são as siglas de *Quid Occultus Est Occultus Manet* (O que está oculto, permanece oculto, em latim). Esta organização fictícia foi criada para gerar as coordenadas para encontrar as 42 garrafas escondidas em diversas cidades do Brasil, nas quais haviam fragmentos do mapa da Cidade Perdida, local onde haveria o desfecho da narrativa. Esta comunidade virtual do Orkut foi criada com a finalidade de concentrar as informações sobre as coordenadas destas garrafas, geralmente fornecidas por chaves no site <http://qoeom.net> e nas peças publicitárias veiculadas em diversas revistas da Editora Abril. <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=28670417>, acessado em 20 de setembro de 2009, às 12h e 07m.

<sup>12</sup> O Desafio G.A. aparentemente não tinha ligação com o Zona Incerta. Apenas no meado da campanha é que os jogadores descobriram a ligação das peças publicitárias do Desafio GA com o Zona Incerta: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=27057158> Acessado no dia 20 de setembro de 2009 às 12h e 06m.

<sup>13</sup> Termo utilizado para designar os produtores deste gênero de game, em alusão aos manipuladores de fantoches.

A evolução da história não era muito menos linear que um livro. A diferença é que os jogadores tinham que ajudar a liberar as próximas páginas do livro, ajudando os personagens e resolvendo os puzzles. (...) Mas sabíamos que isso não era o ideal, que quanto mais a participação dos jogadores alterasse a trama, melhor (...)¹⁴.

Na entrevista, ele ainda exemplificou o único caso em que esta não-linearidade foi possível:

Isso aconteceu logo na 1ª semana de jogo. Após o desaparecimento do Miro, percebemos que os jogadores estavam ‘famintos’ por ação, e não tínhamos tanto conteúdo para a semana inicial! Tivemos que criar um ‘chat’ ao vivo com a Olívia e esconder uma pista no bar Exquisito, em SP, que não estava prevista. Isso pq (*sic.*) os jogadores foram investigar onde tinha sido filmado um vídeo que mostrava o aniversário do Gastão, e descobriram que foi no Exquisito. Eles ficaram tão obcecados em ir ao bar que nós falamos ‘ah, pq não?’ (*sic.*). E botamos uma pista lá.

Com isso percebemos, que se trata de uma não-linearidade conduzida do que um universo de (in)finitas possibilidades de escolha. Marcos Palácios, ao se referir aos textos digitais da Realidade Virtual, propõe, em contraposição ao conceito de não-linearidade a multilinearidades narrativas.

A noção de ‘não-linearidade’, tal como vem sendo generalizadamente utilizada, parece-nos aberta a questionamentos. Nossa experiência de leitura dos hipertextos deixa claro que é perfeitamente válido afirmar-se que cada leitor, ao estabelecer sua leitura, estabelece também uma determinada ‘linearidade’ específica, provisória, provavelmente única. Uma segunda ou terceira leituras do mesmo texto podem levar a ‘linearidades’ totalmente diversas, a depender dos links que sejam seguidos e das opções de leitura que sejam escolhidas, em momentos em que a história se bifurca ou oferece múltiplas possibilidades de continuidade (Palácios, 1999, 115).

Segundo Palácios, independente de sua forma estrutural, aparentemente não-linearizada ou multilinear, a leitura da mesma possui um caráter linear seguindo as escolhas de leitura específicas do leitor.

### **Desvendando a coletividade no Zona Incerta**

Segundo Manuel Castells, o precursor do termo “sociedade em rede”, essa nova estruturação social é fruto da revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo, formando, assim, uma nova sociedade virtual, dependente e transnacional.

Uma vez que as redes são múltiplas, os códigos interoperacionais e as conexões entre redes se tornam as fontes fundamentais da formação, orientação e desorientação das sociedades. A convergência da evolução social e das tecnologias da informação criou uma nova base material para o desempenho de atividades em toda a estrutura social. Essa base material construída em redes define os processos sociais

---

¹⁴ Entrevista concedida por e-mail, no dia 11 de maio de 2009 e mantida a forma original de sua escrita.

predominantes, conseqüentemente dando forma à própria estrutura social (Castells, 2001, 567).

Castells afirma que essas redes de comunicação se tornaram fundamentais para a sustentação de processos sociais nos quais a estrutura social está flexibilizada pelos fluxos da rede. O ARG, não apenas o Zona Incerta, aqui estudado, mas como também os outros Jogos de Realidade Alternada, há o uso de uma estrutura social própria para desvendar os enigmas propostos pelo game, utilizando a realidade virtual para promover encontros dos espaços geográficos desterritorializados. Encontro este baseado no sentimento de partilha ao qual Maffessoli, conceitua como neotribalismo, no qual “o imaginário é determinado pela idéia de fazer parte de algo. Partilha-se uma filosofia de vida, uma linguagem, uma atmosfera, uma idéia de mundo, uma visão das coisas [...]”. Dialogando com Maffessoli, é possível estabelecer uma intercessão com o conceito de Inteligência Coletiva proposto por Pierre Lévy, na qual “é uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em mobilização efetiva das competências (Lévy, 1999: 28).

A partir destas reflexões, é possível observar que o que move um Alternate Reality Game, não é apenas o lúdico, as ferramentas crossmedia, ou uma narrativa, mas também, a Inteligência Coletiva formada em cima do sentimento de partilha neotribal, que se une, apesar de distantes geograficamente, em prol de um objetivo comum: desvendar os mistérios do game. Um dos maiores exemplos que o game Zona Incerta pode se referendar como prova da existência de uma Inteligência Coletiva e de interatividade social entre os jogadores foi na busca pelo mapa da Cidade Perdida. Este mapa foi fragmentado em 42 pedaços e escondidos em pontos de várias cidades do Brasil, dentro de garrafas antigas do guaraná Antártica. Os jogadores tinham que descobrir as coordenadas do local, que eram fornecidas através de códigos em peças publicitárias, para ir em busca destas garrafas. O estado de São Paulo foi o estado em que teve o maior número de participante e com isso, o maior número de garrafas. Foram ao total 08 garrafas escondidas, além de 04 *lives*<sup>15</sup>, contando com a festa de encerramento, na qual houve o desfecho da narrativa. O senso de coletividade cunhado pela Inteligência Coletiva se deu através da comunicação entre os jogadores, definindo quem iria aos locais encontrar as garrafas. Para a cidade de São Paulo, houve alguns voluntários e apesar de ser um jogo, no qual a competitividade estaria atrelada, os jogadores se uniram para juntos encontrarem as garrafas.

Porém, segundo Pierre Lévy, é na Inteligência Coletiva, neste novo Espaço do Saber, em que o ser humano volta a ser nômade, onde sua identidade está pluralizada pelos encontros heterogêneos e onde se reproduz valores que foram desterritorializados:

A desterritorialização muitas vezes fabrica a exclusão ou rompe laços sociais. Quase sempre confunde as identidades, pelo menos aquelas que se fundavam sobre pertenças ou “raízes”. Resultam um terrível

<sup>15</sup> Como são chamadas as ações de campo.

reajuste, uma imensa necessidade de coletivo, de laço, de reconhecimento e de identidade. Nesse terreno proliferam racismos, integristas, nacionalismos e máfias (Lévy, 1999: 42).

### **As zonas incertas das identidades e memórias coletivas na pós-modernidade**

Existe uma individualidade cada vez mais acirrada na Era das Neotecnologias, onde a *aldeia global* aquinhoa o sujeito indivíduo em uma micro-comunidade legitimada pela tela de seu computador, construindo um novo campo cognoscitivo e de memória individual arquitetada pelas suas experiências desta virtualidade real.

Para Maurice Halbwachs (1990), o precursor do termo *memória coletiva*, existe uma complementação entre o indivíduo e o outro que acontece através da constituição das lembranças e memórias do sujeito:

Para que nossa memória se auxilie com a dos outros, não basta que eles nos tragam seus depoimentos: é necessário ainda que ela não tenha cessado de concordar com suas memórias e que haja bastante pontos de contato entre uma e outras para que a lembrança que nos recordam possa ser reconstruída sobre um fundamento comum (Halbwachs, 1990, 34).

Este caráter de negociação entre as memórias individuais e as memórias coletivas, proposto por Halbwachs, também é abordado por Michael Pollack (1992), ao afirmar que os acontecimentos que constituem a memória são fatos vivenciados diretamente pelo sujeito indivíduo e fatos que ele pode não ter vivenciado, mas que por ele possui sentimento de pertencimento. Pollack também aborda as peculiaridades da memória coletiva, como a *memória em disputa*, quando ocorrem as mudanças no discurso no decorrer do tempo e das implicações políticas, e como o *enquadramento da memória*, visto que esta não se constrói arbitrariamente e necessita de uma justificativa que satisfaça o objetivo de manter a coesão e defender as fronteiras sócio-culturais daquilo que um grupo tem em comum, como por exemplo, o território. Neste sentido, a Amazônia, por diversos fatores históricos e mediações culturais<sup>16</sup>, enquadrou-se na memória nacional, a forma mais completa da memória coletiva, segundo Halbwachs, assim como o sentimento uno de soberania da sociedade brasileira em preservar a região da cobiça internacional. Utilizando um discurso

---

<sup>16</sup> Mediações estas que vêm desde o Tratado de Tordesilhas e suas brigas territoriais entre Espanha e Portugal pela região, ao ciclo da borracha e a vinda de milhares de imigrantes que vieram a constituir a elite local, subordinando os nativos à mão-de-obra barata, o que culminou no glebarismo, um movimento que reivindicava a retomada da liderança política e cultural do povo amazonense nato. Além de este território conter riquezas minerais importantes para o setor bélico nuclear, como nióbio e urânio, também já foi palco para diversas declarações de representantes estrangeiros da atualidade – como Al Gore, em 1989, alegando que a região pertence a toda população mundial – que contribuíram e continuam a contribuir para a manutenção da memória coletiva brasileira tendo a Amazônia como símbolo de identidade nacional.

documental através de um pequeno filme, o que induz a legitimidade da verdade e enquadra a memória, o famoso vídeo de Allen Perrell<sup>17</sup>, isolado do contexto da campanha de marketing, se dirige às capacidades cognitivas e capta as emoções coletivas, suscitando este sentimento da memória nacional brasileira.

Indo de encontro ao conceito de memória coletiva encontra-se a identidade e, portanto, o termo memória nacional está intrinsecamente ligado ao de identidade nacional, conforme aborda:

Podemos portando dizer que *a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade*, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (Pollack, 1992, 5).

Para ele, existe uma ligação fenomenológica, construída social e individualmente, muito estreita entre a memória e a identidade. Contudo, segundo Martín-Barbero, “o indivíduo já não é o indivisível e qualquer unidade que se postule tem muito de *unidade imaginada*”. Para o autor, este sujeito indivisível é resultante, não de uma celebração da diferença transformada em fragmentação, mas sim, de uma identidade débil da pós-modernidade. Uma pluriidentidade em que o uno se desfaz no ar, e com isso, surge a necessidade de se buscar algo que unifique o indivíduo com seus demais.

Esta fragmentação identitária, sugerida por Barbero, encontra-se enraizada na construção imagética cultural brasileira, que não se esgota atualmente na visão tradicional de costumes e território, de tempo longo e de memória simbolicamente densa. Martín-Barbero afirma que a identidade está ligada às mutações perceptivas e expressivas do presente, às mobilidades, às redes e fluxos, à instantaneidade e fluidez. Para o teórico, a composição étnica e a diversidade cultural são mediações que formaram uma amplitude de posições políticas e multiculturalidades em um só país. Portanto, poucos são os fatores que fornecem uma única identidade nacional compartilhada pelas muitas identidades regionais que compõe o Brasil. Este sentimento de resguardo pela Amazônia contra a internacionalização da região é um dos poucos fatores que compõe uma identidade nacional, e “não se esgota no cultural, pois todos eles remetem, em períodos mais ou menos longos da sua história, a exclusões sociais e políticas, a desigualdades e injustiças acumuladas, sedimentadas” (Martín-Barbero, 2006, 63).

Para o autor, esta não é apenas uma característica do povo brasileiro. Para Martín-Barbero, este sentimento uno, de identidade imaginada, é instintivo da natureza humana, corroborado pela própria história. De encontro a esta visão, Stuart Hall defende que as culturas nacionais não são compostas apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações culturais e sugere três possibilidades do que a globalização é capaz de fazer com a identidade:

- as identidades nacionais estão se desintegrando, como resultado do crescimento da homogeneização cultural e do “pós-moderno global”.

<sup>17</sup> [www.youtube.com/watch?v=DoU6aHvVlJQ](http://www.youtube.com/watch?v=DoU6aHvVlJQ)

- as identidades nacionais e outras identidades “locais” ou particularistas estão sendo reforçadas pela resistência à globalização.
- as identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades – híbridas – estão tomando seu lugar (Hall, 2002: 09).

Se apropriando destes teóricos e suas abordagens dos Estudos Culturais sobre identidade, pode-se perceber que, os vídeos produzidos pela campanha da AmBev e Editora Abril e a criação de uma fictícia empresa que intenta comprar a região amazônica, têm muito da característica imaginada ao qual se referem Martín-Barbero e Stuart Hall. Utilizando um discurso legitimador de uma verdade absoluta da memória coletiva e da identidade nacional, a campanha envolve sentimentos de como a sociedade brasileira imagina que o outro a vê. É como conceber a representação imaginada do olhar da alteridade sobre si mesma.

### Conclusão

A partir desta pesquisa, que ainda se encontra em caráter de construção, é possível encontrar elementos discursivos não apenas nas narrativas, mas como também na reação das pessoas que acessaram ao famoso vídeo do fictício Allen Perell e acreditaram que se tratava de fato em uma empresa que buscava comprar a Amazônia. Nos comentários postados no site Youtube do vídeo do personagem Allen Perell<sup>18</sup>, vê-se o reflexo deste sentimento de protecionismo sobre a Amazônia:

Que raiva que tenho desses americanos... querem se apropriar de algo que num diz respeito a ele como território... Também quero estar na infantaria e quantos mais levar melhor... Respeitem nosso povo seus lazarentos... O Brasil Para Brasileiros, não para idiotas como esse... se quiserem guerra vão ter... (um dos comentários escritos pelos usuários em resposta ao vídeo postado no Youtube)<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Este vídeo foi postado por diversos usuários diferentes, em datas distintas. O oficial foi postado por jackpotmonroe (que também é um dos personagens da narrativa do game) com a descrição: “Importante: Este vídeo é parte de uma obra de ficção. Para mais detalhes visite [www.zonaincerta.com.br](http://www.zonaincerta.com.br).” Porém, outros usuários postaram este vídeo com as mais diversas especificações e títulos tão fictícios quanto a trama como, por exemplo, “Rede Globo apóia privatização da Amazônia” e “Amazônia foi vendida! Furtaram nosso Orgulho e Soberania!”.

Links: <http://www.youtube.com/watch?v=0AAjgTVUU4> e <http://www.youtube.com/watch?v=0AAjgTVUU4>, respectivamente. Acessado no dia 28 de setembro de 2009, às 23h e 56m.

<sup>19</sup> Foram suprimidas palavras de baixo calão. Este é apenas 1 dos 212 comentários postados neste link do vídeo. Como foi apresentado, outros usuários re-postaram o mesmo vídeo e a maioria dos comentários de resposta induzem a idéia de uma necessidade de proteção em relação ao território amazônico contra uma possível invasão estrangeira.

Este é apenas um dos comentários, que demonstra o protecionismo nacionalista, quase xenofóbico, sobre o território amazônico. Fundamentado nos teóricos citados aqui neste trabalho, conclui-se que não se trata apenas de um sentimento de protecionismo em torno da questão da soberania sobre o território amazônico que vem sendo construído e perpassado através de gerações e mediado por diversos aspectos históricos, culturais, políticos e sociais. Trata-se, contudo de um enquadramento da memória coletiva, como reflexo do fragmento identitário do mundo globalizado, no qual as hibridações e multiculturalismo implicam a necessidade de um elemento constituinte de coesão nacional. E a internet, como o “grande cérebro” da inteligência coletiva, se encontra como canal mediador que reflete estes anseios sociais em torno da questão das identidades fluidas e da identidade nacional com caráter de coesão necessário para a sociedade.

### Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D’água, 1991.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- \_\_\_\_\_. *Sociedade em rede: A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Volume 1. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2001.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- JAMESON, Fredric. *A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LÉVY, Pierre. *A Inteligência Coletiva: Por uma Antropologia do Ciberespaço*. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Loyola, 1999.
- MORAES, Denis de. *A Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- MARTÍN-BARBERO. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- PALÁCIOS, Marcos. Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva. In: Revista *Lugar Comum*. Rio de Janeiro, n. 08, 1999.
- POLLACK, Michel. Memória, Esquecimento, Silêncio. In: *Estudos Históricos*, 2 (3). Rio de Janeiro, 1989.
- \_\_\_\_\_. Memória e identidade social. In: *Estudos Históricos*, 5 (10). Rio de Janeiro, 1992.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: Comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.