



Signos do Consumo

ISSN: 1984-5057

Escola de Comunicações e Artes da USP

Fonseca, Flávia Costa Rocha de Assis; Tavares, Fred
NOVOS MODOS DE AÇÃO DO CAPITALISMO CONTEMPORÂNEO? UMA
ANÁLISE SOBRE A ATUAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO HUMANITÁRIA MÉDICOS
SEM FRONTEIRAS (MSF) PELO OLHAR DAS CATEGORIAS DE PEIRCE

Signos do Consumo, vol. 14, núm. 2, e195646, 2022, Julho-Dezembro
Escola de Comunicações e Artes da USP

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v14i2e195646>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350277665002>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org



Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

NOVOS MODOS DE AÇÃO DO CAPITALISMO CONTEMPORÂNEO? UMA ANÁLISE SOBRE A ATUAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO HUMANITÁRIA MÉDICOS SEM FRONTEIRAS (MSF) PELO OLHAR DAS CATEGORIAS DE PEIRCE

New modes of action of contemporary capitalism?
An analysis of the performance of the humanitarian
organization Doctors Without Borders (MSF) from the
perspective of Peirce semiotics

¿Nuevos modos de acción del capitalismo
contemporáneo? Un análisis del desempeño de la
organización humanitaria Médicos Sin Fronteras (MSF)
desde la mirada de las categorías de Peirce

Flávia Costa Rocha de Assis Fonseca

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (EICOS), no Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É bacharel em Comunicação Social (Relações Públicas) pelo Unicentro Newton Paiva de Belo Horizonte (1999). Possui especialização Lato Sensu em Comunicação e Gestão Empresarial (2001) e em Gestão e Responsabilidade Social (2005), pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

E-mail: flavocha@gmail.com

Fred Tavares

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

É bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pelas Faculdades Integradas Hélio Alonso (1987), mestre em Administração de Empresas (Gestão Empresarial) pelo Instituto Metodista Bennett (2001) e doutor em Psicossociologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2007), com pós-doutorado em Psicossociologia pelo Instituto de Psicologia da UFRJ (2009). É professor associado da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e professor da pós-graduação (mestrado e doutorado) do Instituto de Psicologia (Programa EICOS) da mesma instituição. É também ex-vice-coordenador do Programa EICOS/IP/UFRJ e professor do bem do Instituto de Economia da UFRJ.

E-mail: frederico.tavares@eco.ufrj.br

RESUMO Os novos modos de ação do capitalismo vêm provocando mudanças significativas em diferentes aspectos da vida. Nesse sentido, compreender, por meio de uma perspectiva interdisciplinar que une os campos da Psicossociologia e da Comunicação, as modificações vivenciadas na contemporaneidade torna-se fundamental. Este artigo parte da reflexão sobre as possíveis formas de o Capitalismo Rizomático adentrar em esferas até então desconsideradas, podendo atuar no trabalho desenvolvido até mesmo por organizações humanitárias. Este é um estudo de natureza

Como citar este artigo:

FONSECA, F. C. R. A.; TAVARES, F. Novos modos de ação do capitalismo contemporâneo? Uma análise sobre a atuação da organização humanitária Médicos Sem Fronteiras (MSF) pelo olhar das categorias de Peirce. *Signos do Consumo*, São Paulo v. 14, n. 2, p.1-14, jul./dez. 2022.

Submetido: 13 mar. 2022

Aprovado: 8 nov. 2022

teórica, baseado em pesquisa bibliográfica e documental, utilizando-se das categorias da Semiótica de Peirce a partir da análise de uma postagem selecionada no Facebook, da organização Médicos Sem Fronteiras (MSF). A publicação em questão contém pedidos de doação de recursos financeiros no primeiro semestre da pandemia da covid-19, representando, dessa forma, o *corpus* deste trabalho. Diante disso, como resultado, observou-se que possivelmente a MSF também passe a incorporar em suas estratégias de comunicação aquelas utilizadas por corporações que vendem produtos e serviços, podendo transformar seus doadores/seguidores em consumidores.

PALAVRAS-CHAVE Capitalismo rizomático, Psicossociologia, Comunicação, Médicos Sem Fronteiras, Semiótica peirciana.

ABSTRACT The new modes of action of capitalism have been causing significant changes in different aspects of life. In this sense, understanding, from an interdisciplinary perspective that unites the fields of Psychosociology and Communication, the changes experienced in contemporaneity becomes fundamental. This article starts from the reflection on the possible ways the Rhizomatic Capitalism can enter spheres hitherto disregarded, being able to act in the work developed even by humanitarian organizations. This is a work of theoretical nature, based on bibliographic and documentary research, using the categories of Peirce's Semiotics from the analysis of a selected post on Facebook, of the organization Doctors Without Borders (MSF). The publication contains requests for donation of financial resources in the first semester of the COVID-19 pandemic, thus representing the *corpus* of this work. Therefore, as a result, it was observed that MSF may also start to incorporate in its communication strategies those used by corporations that sell products and services, and be able to transform their donors/followers into consumers.

KEYWORDS Rhizomatic capitalism, Psychosociology, Communication, Doctors Without Borders, Peircean semiotics

RESUMEN Los nuevos modos de acción del capitalismo están provocando cambios significativos en diferentes aspectos de la vida. En este sentido, se vuelve fundamental comprender los cambios experimentados en la contemporaneidad desde una perspectiva interdisciplinar que une los campos de la Psicología y la Comunicación. Este artículo parte de la reflexión sobre las posibles vías del Capitalismo Rizomático para ingresar en esferas hasta ahora desatendidas, incluso puede actuar en el trabajo desarrollado por organizaciones humanitarias. Este es un trabajo de carácter teórico, basado en una investigación bibliográfica y documental, que aplicó las categorías de la Semiótica de Peirce al análisis de una publicación seleccionada en Facebook de la organización Médicos Sin Fronteras (MSF). La publicación presenta solicitudes de donación de recursos financieros en la primera mitad de la pandemia del covid-19, lo que representa así el *corpus* de este trabajo. Por lo tanto, como resultado se observó que MSF también puede comenzar a incorporar en sus estrategias de comunicación las utilizadas por las corporaciones que venden productos y servicios, lo que puede transformar a sus donantes/seguidores en consumidores.

PALABRAS-CLAVE Capitalismo rizomático, Psicología, Comunicación, Médicos Sin Fronteras, Semiótica peirceana.

INTRODUÇÃO

Diante de um mundo globalizado, desigual e em mutação permanente, promover o desenvolvimento de pesquisas científicas voltadas para a reflexão sobre as estratégias criadas pelo mercado global capitalista, mais flexível e maleável, para capturar interesses individuais e coletivos pode representar um reforço para os estudos dirigidos de forma interdisciplinar entre a Comunicação e a Psicossociologia (FONSECA, 2021; TAVARES, 2014).

A partir dessa perspectiva, o fortalecimento dos modos de ação do capitalismo contemporâneo tem promovido o enfraquecimento do Estado-nação – o que facilita a flexibilização e a precarização da própria vida –, com esses novos modos funcionando como elemento central para os negócios transnacionais, além de também poderem afetar indivíduos de forma determinante, tornando-os cada vez mais vulneráveis (BAUMAN, 1999; CARRARA, 1996). Essa nova forma de ação do capitalismo, trabalhada por Peter Pál Pelbart (2003) como uma evolução conexionista e rizomática, pode significar também uma naturalização e minimização das desigualdades, que são essencialmente provocadas por um contexto contemporâneo atravessado pelas esferas de controle e poder dominantes (FONSECA, 2021).

Esse modelo econômico opera, por um lado, por meio da descentralização das esferas de poder antes voltadas exclusivamente aos Estados-nação, tornando as relações de força difusas e legitimando novos discursos e práticas à custa da invalidação de outros, e, por outro lado, pela fácil circulação do capital financeiro de forma desterritorializada (BAUMAN, 1999).

Para Guattari (1987), uma reconfiguração muito mais complexa chamada de Capitalismo Mundial Integrado (CMI) começa a ganhar força, indicando que o CMI visa atender às exigências globais do sistema. Esse novo capitalismo, dessa forma, é voltado ao mercado e ao consumo e não mais à produção. Nele, não há fronteiras regionais ou nacionais.

Destarte, a partir de uma perspectiva baseada no remodelamento do CMI em Capitalismo Rizomático (PELBART, 2003), a análise partirá do trabalho desenvolvido pela organização humanitária Médicos Sem Fronteiras (MSF) e como ela pode acabar utilizando-se de tal lógica. Esse comportamento da organização se deve ao fato de que os Estados-nação enfraquecidos não suprem o necessário bem-estar social em diferentes países, em especial aqueles com as populações mais vulneráveis, conforme será apresentado na análise que engloba uma pesquisa bibliográfica e documental, alinhada com a metodologia baseada na tricotomia de Peirce (SANTAELLA, 1983) e valendo-se da fundamentação teórica aqui apresentada.

Nesse sentido, o objetivo primário do artigo é compreender se as organizações humanitárias passam, na contemporaneidade e sob a perspectiva do Capitalismo Rizomático, a incorporar estratégias de comunicação adotadas por corporações que vendem produtos e serviços para captar recursos financeiros de seus seguidores/doadores no Facebook. Assim, o artigo busca compreender se essas organizações estariam, nessa lógica, privilegiando o capital e o consumo em detrimento da questão humanitária.

Para compreender a dinâmica do trabalho da organização humanitária MSF, objeto de estudo desta pesquisa, e as possíveis interferências do Capitalismo Rizomático, faz-se necessário analisar brevemente o remodelamento do capital. Segundo Pelbart (2003), as décadas de 1960 e 1970 foram decisivas para que o capitalismo superasse inúmeras críticas ao seu *modus operandi* de atuação, quando conseguiu absorver “ingredientes vindos do caldo de contestação ideológico, político, filosófico e existencial dos anos 60” (PELBART, 2003, p. 96). Essa reconfiguração incorporou questões como “mais autonomia, autenticidade, criatividade, liberdade e até mesmo a crítica à rigidez da hierarquia, da burocracia, da alienação nas relações e no trabalho” (PELBART, 2003, p. 96). Dessa forma, ainda segundo o autor, a partir da década de 1980, uma nova forma de atuação do capitalismo passou a ser incorporada pelo sistema com o objetivo de satisfazer as reivindicações,

mobilizando pessoas para novas esferas até então desconsideradas. Esta é uma sofisticação do conceito de CMI que revela uma dinâmica cada vez mais fluída e que permeia novos aspectos da vida e do próprio ser humano. Sendo assim, o capitalismo passa a operar por um processo intenso de desterritorialização e de recomposição ininterruptas de si mesmo (GUATTARI, 1987; PELBART, 2003).

Em diálogo com o exposto, a tendência desse novo modo de ação do capital é redirecionar a sua centralidade das estruturas de produção de bens e serviços, bases das sociedades disciplinares, para as estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade, por intermédio, especialmente, do controle que exerce sobre a mídia, a publicidade, as sondagens etc., sustentáculos da Sociedade de Controle (DELEUZE, 1992). Nessa perspectiva, o capitalismo passa a ultrapassar o muro das fábricas, das salas de aula, do próprio lar e da lógica institucional de moldes rígidos, fixos e fechados, inerentes à Sociedade Disciplinar ou ao “capitalismo pesado”, para dar lugar a um capitalismo “leve” e rizomático da Sociedade de Controle (BAUMAN, 2001; DELEUZE, 1992; FOUCAULT, 1987; GUATTARI, 1987; PELBART, 2003), possibilitando-se até mesmo a sua interferência no trabalho de organizações humanitárias internacionais, como a MSF.

Em vista disso, é possível que “o capitalismo contemporâneo” e a atuação das organizações humanitárias possam acabar contribuindo para com a lógica da transformação dos indivíduos em meros consumidores passivos, os quais realizam “[...] as transferências de rendimentos de uma parte da população [...] para corrigir as desigualdades” (LAZZARATO, 2011, p. 31). É a representação da vida como objeto de poder, perpassada por uma sociedade que se configura como algo não unificado, seguro ou bem delimitado. Dessa forma, a própria sociedade é constantemente deslocada por forças produzidas por si mesma. Esse atravessamento é a marca de toda uma diferença que produz uma variedade de posições do indivíduo. Ou seja, passa-se a viver em um mundo de eterno recomeço, de indefinições, globalizado, imediato e de enfraquecimento das instituições e referências sociais (HUR, 2013; PONTES; TAVARES, 2017).

Assim, a ideia de que o Capitalismo Rizomático é agenciado por meio da conquista e da produção de novos mercados (e demandas) – pela criação e captura de desejos, desenvolvendo continuamente valores de (e para o) consumo – torna-se o foco deste artigo (BAUMAN, 2008 *apud* TAVARES, 2014; GUATTARI, 1987; PELBART, 2003). Isso inclui as iniciativas sociais voltadas à solidariedade, tais como aquelas desenvolvidas por organizações humanitárias internacionais.

Desse modo, e indo ao encontro dessa discussão, destaca-se que “a psicossociologia, além de trabalhar diretamente com as relações entre a instância social, acompanhada de suas dimensões subjetivas, afetivas e inconscientes, e o psiquismo” atuam também junto da historicidade subjetiva do sujeito (CASADORE, 2013, p. 171). Portanto, entende-se que este novo modo de ação do capitalismo, perspectiva adotada pelo presente trabalho, também pode afetar as ações de solidariedade desenvolvidas por organizações humanitárias como a MSF, atividades essas que podem acabar se transfigurando em ações de consumo multiplicadoras de conexões rizomáticas. Dessa maneira, é possível pressupor que esse mecanismo de atuação do capital que trata a todos como consumidores afete também doadores/seguidores do Facebook da MSF da seguinte forma: 1) nos modos de pensar, de perceber, de sentir e de relacionar-se; e 2) nos equipamentos coletivos que se entrelaçam nesse processo produtivo, ao longo da sua trajetória. Isso se dá porque os modos, os meios e as velocidades desses fluxos não se

inscrevem apenas na economia de mercado, uma vez que são imanentes ao processo de constituição do mundo, em todas as suas dimensões – da planetária à da subjetividade (SILVA, 1998).

Isso posto, cabe ressaltar que o processo de subjetivação capitalista pode ser percebido ao incorporar, mesmo que lentamente, todos os tipos de atividades e resistências que escapam pelas brechas. Seja a vida doméstica, o trabalho, o esporte, a cultura, o turismo, o ativismo, a religião ou a educação, todos foram e são transformados em investimentos para a produção de modos de subjetividade no sentido de assegurar os ganhos financeiros do mercado (TAVARES, 2014).

Voltando à discussão sobre o CMI remodelado em Rizomático (PELBART, 2003), pode-se afirmar que no cenário contemporâneo, e em diferentes períodos históricos, a subjetividade tem sido marcada pela expansão e consolidação do modo de produção capitalista do norte ao sul global, o que dialoga com a presença transnacional das organizações humanitárias, incluindo a MSF. Em um mundo onde os ganhos econômicos promovidos pelo capital são as referências das relações humanas e o que move o indivíduo, observa-se que a mercantilização e a massificação dos modos de vestir, de se alimentar, de sentir, de amar e de viver podem ser pautadas pela ordem do consumo. Ou seja, nesse contexto, é fabricada a relação com a natureza, com o corpo, com a produção, com a alimentação, com o presente, com o passado e com o futuro. São fabricadas as relações dos indivíduos consigo mesmos e com o mundo que os cerca (GUATTARI; ROLNIK, 1999).

Nesse contexto, partindo da concepção de que o CMI reconfigurado em Rizomático percorre diversas esferas da vida, o estudo foi realizado a partir da análise das relações estabelecidas no Facebook da organização MSF com seus doadores/seguidores no primeiro semestre de 2020, início da pandemia da covid-19. Para chegar à seleção da publicação analisada, foi realizada uma pesquisa prévia de 191 postagens da organização entre os meses de março e junho de 2020, sendo escolhida aquela que solicitava doações vinculadas à covid-19 com o maior número de interações, curtidas e comentários na plataforma do Facebook.

Devido à complexidade do tema, no que tangencia a discussão apresentada sobre as práticas da MSF realizadas em sua página do Facebook, o artigo investigará algumas das possíveis relações que podem ser criadas entre a entidade e seus seguidores/doadores, por meio da análise das categorias dos signos de Peirce (SANTAELLA, 1983). Isso terá por finalidade compreender as possíveis interferências do Capitalismo Rizomático e como esse processo pode ser capturado em ações de comunicação realizadas por organizações humanitárias como meio de expansão do consumo.

É importante destacar que foi observado se as estratégias de comunicação recorrem a recursos linguísticos e estilísticos de ordenação, persuasão e sedução, utilizando apelos emocionais que validam que “o receptor tem um papel e um *script* a seguir, que é o de ser consumidor”, com um sentido de pertencimento, idolatria, controle e aceitação social (TAVARES, 2005, p. 21). A abordagem interpretativa do método de Peirce (SANTAELLA, 1983) trará, dessa forma, algumas considerações acerca do entrelaçamento de ações permeadas pelos efeitos do Capitalismo Rizomático em novas esferas da vida cotidiana (PELBART, 2003).

Visto isso, o próximo tópico fará uma apresentação sucinta da atuação das organizações humanitárias e da MSF, objeto de estudo desta pesquisa, a fim de se compreender a sua lógica de atuação na contemporaneidade.

BREVE INVESTIGAÇÃO SOBRE AS ORGANIZAÇÕES HUMANITÁRIAS

O surgimento das organizações humanitárias internacionais contemporâneas remete ao século XIX, quando foram criados os primeiros meios institucionais para possibilitar a cooperação técnica entre os países europeus e organizações como a Cruz Vermelha, entre outras. Já no século XX, especialmente após as duas grandes guerras, como também durante e após a Guerra Fria, as organizações são reestruturadas e muitas formalmente constituídas, atendendo aos mais diferentes temas, mas sempre voltados à área social (CAREZIA, 2007; HAMANN, 2005). “Embora a história das organizações internacionais não seja recente, seu estudo enquanto fenômeno [...] só passa a ser realizado com mais vigor após o fim da Guerra Fria, salvo raras exceções” (HAMANN, 2005, p. 2).

Segundo dados do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (MORTON, 2013), as organizações humanitárias internacionais têm desenvolvido um trabalho cada vez mais presente para os considerados menos favorecidos e vulneráveis no mundo, tendo os seus orçamentos superado os de algumas organizações de cooperação econômica de países. Em especial, oito delas tiveram uma receita de US\$ 11,7 bilhões em 2011, o que significa um crescimento de mais de 40% desde 2005. As ONGs podem ser visualizadas na Tabela 1:

Tabela 1. Dados amostrais das maiores Organizações Não Governamentais Internacionais

Organização	Renda 2011	Número de funcionários	Alcance geográfico
ActionAid (Joanesburgo, África do Sul)	US\$ 314 milhões	2.328	- 45 países - 25 milhões de pessoas
Rede de Desenvolvimento Aga Khan (Genebra, Suíça)	Atividades de desenvolvimento orçadas em US\$ 450 milhões	60.000	- 25 países
CARE Internacional (Chatelaine, Suíça)	US\$ 780 milhões	12.000	- 87 países - 60 milhões de pessoas
Catholic Relief Services (CRS) (Baltimore, EUA)	US\$ 823 milhões	5.211	- 100 países - 130 milhões de pessoas
Cristian Aid (Londres, Reino Unido)	US\$ 148 milhões	758	- 45 países
Médicos sem Fronteiras (Genebra, Suíça)	US\$ 1,24 bilhão	22.000	- 60 países
Mercy Corps (Portland, EUA)	US\$ 301 milhões	3.700	- 40 países
Oxfam International (Oxford, Reino Unido)	US\$ 1,25 bilhão	6.000	- 98 países - 14 organizações membros
Save the Children (Londres, Reino Unido)	US\$ 1,4 bilhão	14.000	- 120 países - 29 organizações nacionais - 90 milhões de crianças
World Vision International (Monrovia, Califórnia, EUA)	US\$ 2,79 bilhões	40.000	- 120 países - 100 milhões de pessoas

Fonte: PNUD (2011).

A inquietação para a realização deste trabalho passa pela perspectiva do aumento das desigualdades promovido pelo CMI, capitalismo esse que vem se remodelando como global, conexcionista e rizomático (GUATTARI, 1987; PELBART, 2003). Isso porque, nesse contexto, as organizações humanitárias internacionais muitas vezes podem acabar ocupando um espaço que emerge além da esfera pública ou privada, realizando práticas de comunicação cujas estratégias têm potencial para serem permeadas pela lógica do consumo. Como consequência, essas práticas acabam abrindo brechas que podem transformar os doadores da organização MSF em consumidores, produzindo-se um fenômeno de inclusão dirigido para novas ordens sociais, por meio da Comunicação (FONSECA, 2021).

Diante desse cenário, o próximo tópico apresentará uma pesquisa exploratória e uma análise da atuação da MSF no Brasil, a partir dos eixos teóricos discutidos sobre as interferências do Capitalismo Rizomático (PELBART, 2003), no que tange às práticas que envolvem a participação de doadores em ações conduzidas por organizações sociais internacionais.

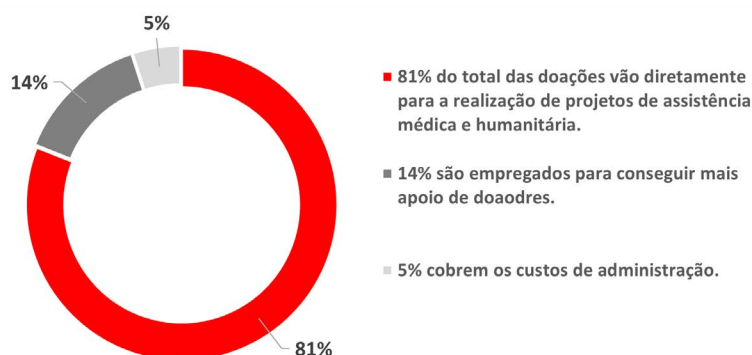
MÉDICOS SEM FRONTEIRAS: UM OLHAR SOBRE A SUA ATUAÇÃO

A ONG humanitária internacional Médicos sem Fronteiras (MSF) foi criada em 1971, na França, por médicos e jornalistas, associando socorro médico e humanitário em favor de populações em risco. Conforme levantado, sua atuação é independente de governos e sustentada, em grande parte, por contribuições privadas. A organização trabalha em situações de conflitos armados, epidemias, fome e desnutrição, catástrofes de origem natural ou humana e exclusão de cuidados médicos em mais de 70 países, sem discriminação racial, religiosa, filosófica ou política.

No Brasil, a MSF deu início à sua atuação no ano de 1991, para combater uma epidemia de cólera na Amazônia. A MSF-Brasil suspendeu as atividades no país entre os anos de 2013 e 2018, retomando-as após o desastre da barragem da empresa Vale, em Brumadinho (MG), e da crise dos refugiados venezuelanos em Roraima (MSF, 2019).

Durante a pandemia da covid-19, a organização também vem desenvolvendo atuação no Brasil, realizando campanhas específicas para angariar recursos financeiros para as suas atividades em diferentes estados e cidades. O trabalho é dirigido a pessoas em situação de rua, indígenas, migrantes, refugiados, usuários de drogas, idosos e pessoas privadas de liberdade. A forma como os recursos da organização MSF são distribuídos pode ser vista no Gráfico 1:

Gráfico 1. Distribuição dos recursos financeiros da MSF-2019



Fonte: MSF (2019).

Ao se ingressar no site da instituição, a primeira página traz um anúncio voltado aos mecanismos de doação. Ganha destaque também uma área específica chamada de “Doadores Sem Fronteiras”, que se trata de um local exclusivo para as pessoas que fazem doações mensais e recorrentes para a MSF.

Segundo a organização, tais doações são “fundamentais para manter nosso trabalho independente de poderes políticos e econômicos” (MSF, 2020). A entidade informa que as contribuições apoiam as emergências e o tratamento de pacientes com doenças que exigem cuidados de longo prazo. Ainda de acordo com a entidade: “Tudo isso significa salvar vidas” (MSF, 2020).

Visto isso, conforme será explicado ao longo da análise, este trabalho terá um embasamento teórico que destaca o CMI (GUATTARI, 1987) remodelado em Capitalismo Rizomático (PELBART, 2003). Esse olhar contribuirá para o aprofundamento sobre a MSF no Facebook.

Após a investigação sobre a atuação das organizações humanitárias e a análise introdutória do objeto de pesquisa, ou seja, a apresentação sobre a MSF, o próximo tópico apresentará a metodologia escolhida para análise de uma das postagens da organização. A publicação é voltada para pedidos de doação de recursos financeiros, e foi escolhida para ser analisada por ser a que reuniu mais curtidas e comentários. Cabe destacar que tal postagem foi publicada no primeiro semestre de 2020, na página do Facebook da organização, e tem conteúdo relacionado às atividades da MSF e à covid-19, fatores que motivam o pedido de doação de recursos financeiros.

AS CATEGORIAS DE PEIRCE

Como já abordado inicialmente, a partir da análise da atuação da organização MSF no Brasil e do referencial teórico proposto, acredita-se que as contribuições dos três níveis semióticos de Peirce (SANTAELLA, 1983, 2007) serão essenciais para compreender as estratégias de comunicação adotadas pela organização em seu Facebook. Diante da complexidade apresentada pelo objeto da pesquisa, a justificativa do recorte e da metodologia escolhidos possibilita o diálogo com a teoria utilizada, que percorre os aspectos dos novos modos de ação do capitalismo associados ao consumo por meio da análise realizada a partir das categorias de Peirce. Destarte, o referencial teórico partirá da análise de uma postagem feita no perfil oficial da organização humanitária MSF em seu Facebook voltada para pedidos de doação de recursos financeiros, e sua fotografia e seu texto serão observados a partir das categorias de Peirce (SANTAELLA, 1983).

Nessa discussão, cabe ressaltar que se compreende “por semiótica o estudo dos signos, ou melhor dizendo, o estudo da ação dos signos, ou semiose. Concebemos signo como ‘tudo aquilo que representa algo para alguém’” (PEREZ, 2004, p. 140). A Semiótica de Peirce, portanto, oferece uma visão sobre a maneira como os seres humanos reconhecem e interpretam o mundo que os cerca, o que dialoga com as mutações do capitalismo contemporâneo. Isso porque, dentro da perspectiva da semiótica, as coisas do mundo, reais ou abstratas, aparecem em primeiro lugar como qualidade, depois como relação com alguma coisa que já conhecemos e, por fim, como interpretação, em que a mente consegue explicar o que é observado, fases que Peirce chamou de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade (NICOLAU *et al.*, 2010; SANTAELLA, 1983).

Na Primeiridade, o signo em si mesmo é uma qualidade da consciência imediata, se não a pura qualidade de ser e de sentir. É um sentimento

indivisível, não analisável, inocente e frágil, sendo a consciência imediata tal qual é. Por isso:

[...] é a categoria que dá à experiência sua qualidade distintiva, seu frescor, originalidade irrepetível e liberdade. Não a liberdade em relação a uma determinação física, pois que isso seria uma proposição metafísica, mas liberdade em relação a qualquer elemento segundo. O azul de um certo céu, sem o céu, a mera e simples qualidade do azul, que poderia também estar nos seus olhos, só o azul, é aquilo que é tal qual é, independente de qualquer outra coisa. (SANTAELLA, 1983, p. 10)

Já a Secundidade se caracteriza por ser “aquilo que dá à experiência seu caráter factual, de luta e confronto. Ação e reação ainda em nível de binaridade pura, sem o governo da camada mediadora da intencionalidade, razão ou lei” (SANTAELLA, 1983, p. 10). Está relacionada com representações mentais e ideias de aqui e agora, conflito e dualidade.

Por fim, na categoria Terceiridade, o que ocorre é a síntese intelectual de como o mundo é representado e interpretado (SANTAELLA, 1983, p. 10). Portanto:

[...] aqui fica evidente a tricotomia sógnica, como explica o próprio Peirce: a primeira, conforme o signo em si mesmo for uma mera qualidade, um existente concreto [...]; a segunda, conforme a relação do signo para com seu objeto consistir no fato de o signo ter um caráter em si mesmo, ou manter alguma relação existencial com esse objeto ou em sua relação com um interpretante; a terceira, conforme seu interpretante representá-lo como um signo de possibilidade ou como um signo de fato ou como um signo de razão. (PEIRCE, 1977 *apud* NICOLAU *et al.*, 2010, p. 12)

Sendo assim, nessa perspectiva, pode-se dizer que o ser humano vive cotidianamente com os signos, pois necessita desses para buscar compreender o mundo a sua volta, a si mesmo e as pessoas com as quais tem relacionamentos no dia a dia. Assim, a abordagem proposta por Peirce aponta, em primeiro lugar, como os objetos aparecem na mente e quais as suas qualidades potenciais. Em segundo, busca-se criar relação de identificação e, por fim, no terceiro momento, a mente dá sentido ao que se trata (SANTAELLA, 2004).

Ainda nessa discussão, observa-se que na contemporaneidade as mídias sociais vêm se expandindo, além de modificar a maneira como as relações ocorrem. Os signos, por sua vez, também passam por transformações. Como aponta Santaella (2004), “o mundo vem sendo crescentemente povoado de novos signos” (SANTAELLA, 2004, p. 13). Dessa forma, a análise a partir das categorias de Peirce e baseada nos preceitos propostos por Santaella (1983) justifica-se como método, sob a perspectiva do Capitalismo Rizomático, na medida em que pode ser uma contribuição para a investigação de fenômenos e atividades que têm a possibilidade de incorporar os novos modelos de ação do capital cada vez mais desterritorializado e rizomático (PELBART, 2003). Isso porque todo esse movimento pode incluir as práticas desenvolvidas pela MSF em suas mídias sociais (como o Facebook), na relação com seus seguidores/doadores, revelando uma possível atuação imbuída de uma lógica dirigida ao consumo.

Outrossim, destaca-se que, além de ser uma teoria do conhecimento, a Semiótica também fornece as categorias para a análise da cognição, o que favorece os estudos que atuam com fenômenos e questões hodiernas.

Com isso, ela também é uma metodologia (SANTAELLA, 2007). Baseada nessa tradição, foi desenvolvida uma categorização teórica para avaliar a postagem do Facebook da organização MSF (selecionada segundo os critérios aqui já descritos) que possa trazer algumas reflexões sobre a existência de possíveis interferências dos novos modos de ação do capitalismo fluido, rizomático e conexcionista. Essa categorização será apresentada no tópico a seguir, por meio da aplicação das categorias de Peirce.

APLICAÇÃO DAS CATEGORIAS DA SEMIÓTICA DE PEIRCE NA POSTAGEM DA MSF

Como já apontado, será realizada uma análise de uma das postagens da MSF no Facebook que apresenta pedidos de doações e correlaciona tais solicitações com a atuação da organização na questão da covid-19 durante o primeiro semestre de 2020. Dessa forma, serão avaliados a fotografia e o texto, que trazem elementos voltados para pedidos de recursos financeiros relacionados à pandemia do coronavírus, conforme o Quadro 1:

Quadro 1. Imagem e texto da postagem de Facebook da organização MSF

Imagem	Texto da postagem
	“Seja um Doador Sem Fronteiras. Com o avanço da Covid-19, as necessidades em nossos projetos crescem rapidamente e precisamos da sua ajuda mais do que nunca. Vamos precisar superar muitos mais obstáculos que o habitual para levar cuidados de saúde às pessoas que precisam, onde quer que elas estejam. https://bit.ly/2wqOIpp ”

Fonte: Médicos Sem Fronteiras (2020).

Analisando-se a fotografia da postagem por meio da concepção de Peirce, temos na *Primeiridade* a força das cores, sendo as representativas o azul, o vermelho, os tons terrosos e o verde. Nesse sentido, a fotografia da postagem reforça suas qualidades, seus quali-signos, ou seja, o que apela para a nossa sensibilidade e sensorialidade.

Parte-se agora para a *Secundidade*. Esta categoria aponta para a capacidade perceptiva. Neste momento, a imagem representada na postagem entra em ação. Ela apresenta um médico fazendo o atendimento de pessoas, aparentemente em um campo de refugiados, uma das causas da organização. O médico carrega a criança, e o homem descalço do lado esquerdo, dentro de uma barraca, gesticula com o profissional da saúde. Outras barracas são apresentadas no plano de fundo, no mesmo local que possui chão de terra batida, sacos e papelões. O médico encontra-se numa posição de proximidade, mas um pouco acima do homem e da criança.

Por último, chega-se na categoria da *Terceiridade*, quando é feita a síntese intelectual por meio da representação e da interpretação. Neste momento, percebe-se que a postagem se trata de uma espécie de

propaganda que solicita recursos financeiros (doações) para as ações da MSF. A publicação busca trazer para os seguidores da organização no Facebook a importância de ser parte do grupo de “Doadores sem Fronteiras”, por meio da destinação de recursos para as iniciativas da entidade voltadas para a covid-19: *“Seja um Doador Sem Fronteiras. Com o avanço da Covid-19, as necessidades em nossos projetos crescem rapidamente e precisamos da sua ajuda mais do que nunca. Vamos precisar superar muitos obstáculos que o habitual para levar cuidados de saúde às pessoas que precisam, onde quer que elas estejam”* (MÉDICOS SEM FRONTEIRAS, 2020). O aspecto simbólico da postagem está no seu discurso verbal, juntamente com a força da imagem, construindo um argumento sobre a necessidade de apoio para ampliar a atuação da organização. Percebe-se também a força das cores associadas à marca da MSF.

Destaca-se, ainda, que, apesar do texto da publicação fazer menção à covid-19, na fotografia em si não há nenhuma referência a alguns dos elementos mais emblemáticos do período pandêmico, como a presença de máscaras, luvas, *face shield* ou qualquer outro item de EPI, sobretudo em se tratando de um atendimento médico em curso, como se supõe estar ocorrendo na imagem da postagem. É possível inferir que, embora a publicação seja um “anúncio” da MSF com o intuito de sensibilizar doadores durante a pandemia, não houve uma preocupação no processo de criação de tal postagem de se utilizar uma imagem alusiva à crise sanitária por meio da escolha de elementos visuais que a caracterizam. Esse fato poderia representar um paradoxo que reforça o argumento sobre o interesse do capital se sobrepor à própria lógica de criação das organizações humanitárias. Diante desse cenário e da forte presença do Capitalismo Rizomático, pode-se pressupor que ocorra também uma disposição semelhante na atuação das organizações humanitárias (por meio do caso apresentado), que, em alguma medida, podem contribuir para com a lógica proposta por Deleuze (1992) – e também reproduzi-la. Essa forma de atuação pode representar uma naturalização das doações realizadas como uma forma de minimizar as desigualdades, que são essencialmente provocadas por um contexto contemporâneo atravessado pelas esferas de controle e poder dominantes (FONSECA, 2021).

Outrossim, no caso da postagem, o conteúdo imagético e textual é especialmente dirigido ao pedido de doação atrelado ao seguidor do Facebook da organização, para que esse possa se tornar um “Doador sem Fronteiras”. O valor e o argumento que se busca fixar pela postagem é a apresentação dos diferenciais da importância da contribuição financeira atrelada ao “Doador Sem Fronteiras”, mas esta apresentação é feita de forma genérica, sem exemplificar como essa ligação se dá. Nesse sentido, é possível pressupor que as iniciativas sociais e de comunicação voltadas à solidariedade desenvolvidas pela MSF também possam acatar a lógica do Capitalismo Rizomático, cujo foco é dirigido para a conquista e produção de novos mercados (e demandas) – através da criação e captura de desejos, desenvolvendo continuamente valores de (e para o) consumo (BAUMAN, 2008 *apud* TAVARES, 2014; GUATTARI, 1987; PELBART, 2003). Destaca-se também que a estratégia voltada ao “Doador Sem Fronteiras” possa representar o que Tavares (2005) descreve como uma ação dirigida ao receptor, cuja finalidade é de que se cumpra um *script* e um papel que é o de consumir – com sentido voltado ao pertencimento. Pode-se inferir que o fechamento do texto reforça mais ainda a importância do “doador sem fronteiras”, que se diferencia por destinar recursos a pessoas necessitadas. Isso produz novos processos de subjetivação capitalista, ao desenvolver atividades criadas para assegurar recursos financeiros,

marcando a expansão e a consolidação do modo de produção capitalista do norte ao sul global (TAVARES, 2014).

Outro ponto que pode ser destacado é o cuidado de inserir o seguidor/doador do Facebook na cena, por meio da posição do fotógrafo. A fotografia “capta” o instante da realidade, dando àquele que a vê uma sensação de ser um participante ativo da ação. A posição da câmera pode ser estrategicamente utilizada para dar uma ideia imersiva ao seguidor/doador do Facebook, transportando quem vê a imagem para o momento do atendimento detectado na *Secundidade*. Já na *Terceiridade*, destaca-se a força da imagem para que aquele que a vê seja imediatamente transportado para a ação. Além disso, o texto de apoio da postagem disponibiliza um link que leva o seguidor do Facebook para a página de doações da organização, destacando o trabalho desenvolvido no Brasil e no mundo, ampliado devido à pandemia da covid-19. Não há nenhuma menção de quais são os projetos ou como o seguidor/doador pode obter informações a respeito, que fica sem saber ao certo, até mesmo por desinteresse, em que ponto do mundo o capital doado será utilizado ou investido. Isso pode significar que, com o enfraquecimento dos Estados-nação, as organizações humanitárias também atuam por meio da circulação do capital financeiro de forma desterritorializada (BAUMAN, 1999. Isso dialoga com o exposto por Deleuze (1992) e Lazzarato (2011), que apontam a transformação dos indivíduos em meros consumidores passivos, os quais realizam “[...] as transferências de rendimentos de uma parte da população [...] para corrigir as desigualdades” (LAZZARATO, 2011, p. 31). Ou seja, vive-se em um mundo de eterno recomeço, de indefinições, globalizado, imediato e de enfraquecimento das instituições e referências sociais (HUR, 2013; PONTES; TAVARES, 2017).

Finalizando a análise, a partir da linguagem utilizada e da noção de busca de conversão de doadores para a organização, pode-se pressupor que a prática adotada pela MSF é possivelmente voltada para a expansão e consolidação de sua atuação transnacional dirigida aos ganhos financeiros e à criação de uma subjetividade marcada pela mercantilização e massificação ordenadas pelo consumo. Ou seja, há a possibilidade de que tais ações estejam sendo usadas no sentido de se fabricar relações dos seguidores (doadores) consigo mesmos e com o mundo que os cerca (GUATTARI; ROLNIK, 1999), com o foco prioritário sobre a ordem de consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo trouxe como objetivo uma reflexão teórica sobre a atuação das organizações humanitárias por meio de uma breve análise da ação da MSF, a fim de compreender se os recursos financeiros destinados a ela por meio de doação, na contemporaneidade, podem ser entendidos sob uma perspectiva associada ao Capitalismo Rizomático. Isso porque pode haver, sob esse olhar, uma incorporação nas estratégias de comunicação das organizações humanitárias, junto aos seus seguidores e (novos) doadores, daquelas utilizadas por corporações que vendem produtos e serviços, perpetuando-se assim uma lógica de consumo que pode se sobrepor à questão humanitária.

Nesse sentido, destaca-se: foi visto inicialmente que o fortalecimento dos modos de ação do capitalismo contemporâneo tem promovido mudanças até então desconsideradas, utilizando lógicas de consumo. Ademais, foi realizada uma breve análise sobre a atuação das organizações

humanitárias pelo mundo, com destaque para o trabalho desenvolvido pela MSF sob o recorte realizado. Outrossim, discutiu-se sobre a escolha dos preceitos da semiótica de Peirce como método de análise, a partir da complexidade hodierna na qual todos estão inseridos. Após os tópicos iniciais, foi analisada uma publicação do Facebook da MSF realizada no primeiro semestre de 2020, quando a pandemia da covid-19 explodiu em todo o globo. Com o estudo, observou-se que é possível que os doadores/seguidores da organização possam ser tratados como consumidores, uma vez que o trabalho de ajuda humanitária em questão passa, nessa perspectiva, a ser compreendido mais como um serviço. Essa conclusão foi alcançada após a defesa de que os Estados-nação não conseguem dar conta de assumir seu papel de prover proteção para a sociedade, sendo as transferências financeiras de uma parte da sociedade civil, de norte a sul do globo, utilizadas para corrigir as desigualdades, mesmo que de forma paliativa. Ainda corroborando com as considerações finais, pode ser que a lógica de atuação das organizações humanitárias como a MSF acabe por contribuir – mesmo que de forma inconsciente – com a expansão desterritorializada dos novos modos de ação do capitalismo.

Assim, por meio da análise das categorias de Peirce, pode-se inferir que a força imagética da organização fica em evidência. É possível concluir que a imagem é fator capaz de movimentar e retroalimentar as relações entre a organização e os doadores/seguidores no Facebook da MSF, a fim de se aumentar as contribuições financeiras da organização humanitária, mesmo que com elementos visuais que não dialogam diretamente com o exposto nos textos solicitando doações ligadas à covid-19.

Com essa perspectiva, é possível perceber um processo de substituição dos Estados-nação pela força da sociedade civil, por meio de atitudes individuais que podem não trabalhar em favor de ações estruturantes, mas com foco em atuações emergenciais, mantendo as populações atendidas por tais organizações nos mesmos contextos de vulnerabilidade decorrentes dos modos de ação do capitalismo contemporâneo.

Após a realização do estudo, verificou-se que é possível que o Capitalismo Rizomático continue se remodelando para também se apropriar do trabalho desenvolvido pelas organizações humanitárias, como no caso da MSF. Por conta disso, pode ser que tais entidades também acabem incorporando em suas ações de comunicação a difusão e a reprodução de práticas adotadas por empresas de bens de consumo e serviços. Isso pode incluir as iniciativas dirigidas para arrecadar recursos financeiros dos seguidores/doadores da MSF em seu Facebook, favorecendo atuações individuais para contextos sociais que poderiam contar com a participação fundamental de governos, e não apenas de organizações sociais e da sociedade civil.

Por fim, é possível pressupor que as iniciativas sociais e de comunicação voltadas à solidariedade também possam se utilizar da lógica do Capitalismo Rizomático, cujo modo de ação para captar recursos de doadores/seguidores se torna o mesmo daquele voltado para quem realiza uma compra, seguindo um *script* e um papel ininterrupto que é o de consumir.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CAREZIA, Gislaine. ONG internacional: classificação e participação no Sistema das Nações Unidas. In: Congresso Nacional do Conpedi, 16., 2007, Belo Horizonte. *Anais [...]*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007. p. 783-801. Disponível em: <https://bit.ly/3Emu5UV>. Acesso em: 10 nov. 2022.

CARRARA, Kester. A psicologia e a construção da cidadania. *Psicologia: Ciência e Profissão*, Brasília, v. 16, n. 1, p. 12-17, 1996.

CASADORE, Marcos Mariani. Psicossociologia e intervenção psicossociológica: alguns aspectos da pesquisa e da prática. In: EMÍDIO, Thassia Souza; HASHIMOTO, Francisco. (org.). *Psicologia e seus campos de atuação: demandas contemporâneas*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013. p. 163-182.

DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, Gilles. *Conversações*. São Paulo: Editora 34, 1992. p. 219-226.

FONSECA, Flavia Costa Rocha de Assis. *Modos de ser, parecer e aparecer cool?* Uma análise psicossocial sobre a atuação da Médicos Sem Fronteiras (MSF) pela ótica do capitalismo rizomático. 2021. 201f. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.

GUATTARI, Félix. *Revolução molecular: pulsações políticas do desejo*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1999.

HAMANN, Eduarda Passarelli. Organizações internacionais: história e práticas. *Contexto Internacional*, v. 27, n. 1, p. 217-224, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-85292005000100006>. Acesso em: 22 jan. 2021.

HUR, Domenico. Da biopolítica à noopolítica: contribuições de Deleuze. *Lugar Comum, Rio de Janeiro*, n. 40, p. 201-215, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3hzjptf>. Acesso em: 22 jan. 2021.

LAZZARATO, Maurizio. *O governo das desigualdades: crítica da insegurança neoliberal*. São Carlos: EdUFSCar, 2011.

MÉDICOS SEM FRONTEIRAS. Seja um Doador Sem Fronteiras. Gênève, 25 mar. 2020. Facebook: Médicos Sem Fronteiras. Disponível em: <https://bit.ly/3Ew5D3n>. Acesso em: 24 jan. 2021.

MORTON, Bill. An overview of the international NGOs in development cooperation. In: *Working with civil society in foreign aid: possibilities for south-south cooperation?* Camberra: Australian Aid; New York: Pnud. p. 325-352. Disponível em: <https://bit.ly/3TKw7md>. Acesso em: 3 dez. 2021.

MSF. *Relatório Anual 2019*. Gênève: Médicos Sem Fronteiras (MSF), 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3fTildB>. Acesso em: 3 nov. 2019.

MSF. *Projetos Médicos Sem Fronteiras*, 2020. Gênève: Médicos Sem Fronteiras (MSF), 2020. Disponível em: <https://www.msf.org.br/o-que-fazemos/projetos-msf/brasil/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

NICOLAU, Marcos et al. Comunicação e semiótica: visão geral e introdutória à Semiótica de Peirce. *Revista Eletrônica Temática*, ano 6, n. 8, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3Tu4sFO>. Acesso em: 22 jun. 2021.

PELBART, Peter Pál. *Vida capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2003.

PEREZ, Clotilde. *Signos da marca: expressividade e sensorialidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

PONTES, Fernando; TAVARES, Fred. *Ecosofia das marcas: as três ecologias na publicidade verde*. Curitiba: Appris, 2017.

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

SANTAELLA, Lucia. *O que é semiótica*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lucia. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2007.

SILVA, Nilza. Subjetividade. In: JACQUES, Maria da Graça Correa et al. *Psicologia social contemporânea: livro-texto*. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 167-179.

TAVARES, Fred. *Discurso publicitário e consumo: uma análise crítica*. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

TAVARES, Fred. Natureza S/A: o ecopoder dos atores sociais e a produção do consumo verde no Brasil através do olhar de um Rizoma. *Revista de Administração da UEG*, Aparecida de Goiânia, v. 5, n. 2, p. 101-118, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/3E3qSYO>. Acesso em: 3 dez. 2021.

