

A estética política do ativismo através de novas mídias

Meg Stalcup

Em 13 de junho de 2013, um jornalista, cobrindo protestos na cidade de São Paulo, foi preso por porte de vinagre, que ele carregava para aliviar os efeitos do gás lacrimogêneo. Embora ele tenha sido libertado algumas horas mais tarde, vários *memes* já tinham se espalhado, tais como o movimento “V de Vinagre” ou, alternativamente, “A Revolta da Salada”. Ao longo dos dois meses seguintes, protestos levaram milhões de brasileiros às ruas, em números não vistos desde os dias que precederam o *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello em 1992.

Neste capítulo, analisa-se a documentação visual dos protestos de 2013, contrastando a cobertura da grande mídia em São Paulo e Rio de Janeiro com a de ativistas usando as tecnologias de nova mídia. Os temas centrais são a forma como o exercício do poder político é mediado através de novas tecnologias de mídia e a racionalidade política que anima os ativistas. Dito de outro modo, pergunta-se: por que os atores criaram imagens da forma que o fizeram e que objetivos políticos estavam em jogo? No que se segue, consideram-se principalmente as utilizações de filmagens feitas à mão com telefone celular, a difusão de tais imagens pelas redes sociais (mídia social) e a interação entre os ativistas e os governos municipais. Sugere-se que as novas tecnologias de mídia, através da qual a linguagem visual dos ativistas foi criada, eram postas a serviço de um tipo de política radical, no sentido de almejar algo diferente na raiz. Em vez de um modo de ação política com objetivos governamentais definitivos, os ativistas re-mediaram novas tecnologias de mídia como um tipo de equipamento que poderia gerar novas relações e subjetividades e, assim, acesso a um futuro intencionalmente indeterminado.

1 A remediação das novas mídias

John Thompson (2005) fornece uma tipologia de interações características das novas tecnologias de mídia que, embora não exaustiva ou indiscutível, contém um conjunto de distinções úteis. Encontros cara a cara, sugere ele, devem ser tomados como marco zero. Eles são caracterizados por especificidade interpessoal e diálogo (diálogo sendo, nesse caso, a possibilidade de comunicação bidirecional). No próximo nível são interações mediadas, como uma carta ou uma conversa telefônica. Estes “[...] envolvem o uso de um meio técnico para

transmitir informações ou conteúdo simbólico para os indivíduos que estão *a distância* no espaço, no tempo, ou em ambos”. (THOMPSON, 2005, p. 33, grifo do autor) Como os diálogos cara a cara, estes são interações entre pessoas específicas.

Quando a copresença ou a especificidade interpessoal estão faltando em tais encontros mediados, temos uma quase-interação. Jornais e livros, por exemplo, oferecem a uma pessoa a capacidade de interagir com multidões, embora geralmente em um só sentido. Quando uma quase-interação mediada é eletrônica, Thompson sugere, duas outras qualidades são introduzidas. Programas de rádio ou televisão diferem de um artigo impresso por sua capacidade de propiciar simultaneidade não espacial e uma sensação de intimidade que, no entanto, não é recíproca. A voz e/ou o rosto do orador é capaz de chegar direta e intimamente ao ouvinte-telespectador, mas – com algumas exceções, como ocorre nos programas de rádio, em que os ouvintes ligam propondo questões – a comunicação não se dá no sentido contrário. Apesar dessa limitação, a quase-interação mediada ainda é uma interação. Thompson (2005, p. 33-34) escreve:

[...] cria-se um certo tipo de situação social em que os indivíduos estão ligados entre si em um processo de comunicação e uma troca simbólica. Criam-se também tipos distintos de relações interpessoais, laços sociais e intimidade” e “uma variedade de novas situações interacionais que têm suas próprias propriedades distintas.

Com a tipologia de Thompson, (2005) “novas mídias” não são distinguidas pela novidade em si, ou como um conjunto fixo de tecnologias, mas sim em termos de características que a tecnologia (a que existe e as que ainda estão por vir) possa possuir. Diz-se que a mídia social oferece uma comunicação de “muitos com muitos”, porém com a possibilidade de intimidade recíproca e especificidade interpessoal, um conjunto que facilita a montagem de grupos através de uma sociabilidade participativa. Esses grupos têm limites indeterminados no que diz respeito ao tamanho, à composição e ao potencial, embora isso não queira dizer que eles não têm nenhum limite. As características dos novos meios de comunicação derivam, notavelmente, das capacidades das tecnologias contemporâneas de trocar informações em tempo real e apoiar a fácil geração de conteúdo em áudio, vídeo e diversos formatos de texto. No entanto, à medida que novas tecnologias venham a ser desenvolvidas e as capacidades existentes mudem (e o nome de “novas mídias” seja, talvez inevitavelmente, substituído), essas características podem servir de marcadores.

Das novas tecnologias de mídia mais usadas, os protestos brasileiros dependiam em grande parte dos *smartphones*, equipados com filmadoras e acesso às redes sociais. Entre as mídias sociais, os *sites* das empresas Facebook e Twitter foram os mais significativos. O

vídeo e a internet foram as principais ferramentas dos cidadãos que participaram dos protestos e os ativistas da mídia (a linha entre os dois nem sempre era clara) alteraram as condições em que se desenrolaram os protestos.

Os telefones celulares são uma tecnologia de mídia de importância particular no Brasil. Em um estudo de 2002 sobre a história nacional da comunicação móvel, Dias et al. observaram: “O telefone celular chegou a rincões do país, algumas vezes, antes mesmo que as populações locais dispusessem de água encanada ou saneamento básico”, incluindo as favelas e periferias do Rio de Janeiro e São Paulo. Em 2013, pela primeira vez, mais *smartphones* que telefones celulares tradicionais foram vendidos no Brasil: 35,6 milhões de unidades, correspondendo a um aumento de 123% em relação a 2012. (BRUNO, 2014)

No surgimento aparentemente inevitável hoje em dia de vídeo ou fotodocumentação, porque alguém sempre “estava lá” com uma câmera de telefone celular, está a base do ativismo de mídia que envolve o compartilhamento dessas imagens através dos meios de comunicação social. Novas tecnologias de mídia não são fundamentais para unir uma multidão em protesto, mesmo que ela seja muito grande. Afinal de contas, é um fenômeno que antecede de longa data essas tecnologias. O que as novas mídias fazem, no entanto, é mudar as ramificações desse comportamento. Significativamente para o que se aborda aqui, os novos meios de comunicação aumentam o que pode ser chamado de “incerteza” e, com tal imprecisão, intensificam as potencialidades da situação. Os arquivos audiovisuais digitais como eles são criados e fazem o seu caminho no mundo permanecem virtuais, no vocabulário de Gilles Deleuze (DELEUZE; PARNET, 2007), no sentido de que eles permanecem sempre abertos à apropriação e à interpretação. O que os ativistas fazem é aproveitar o potencial dessa incerteza e transformá-los.

“Remediação” tem duas facetas relevantes (RABINOW; BENNETT, 2012, p. 42). Mais obviamente, implica uma mudança de meio. Mas remediar também significa “emendar”, “fazer algo melhor”. Quando um vídeo é transmitido ao vivo para os telespectadores e eles o compartilham através de uma rede de contatos sociais, ele é transformado em termos de temporalidade e alcance, mas é remediado através da atenção à sua criação e ao uso como uma prática ética. Essas duas facetas da remediação estão no coração do novo ativismo de mídia brasileiro. No inverno de 2013, as manifestações e a violência policial foram documentadas pelos ativistas, criando uma pressão sobre os principais meios de comunicação para aumentar a cobertura midiática. Com o tempo, o governo federal propôs uma série de mudanças (das quais poucas saíram do legislativo). Mas essas concessões não foram o único

objetivo dos ativistas. A documentação audiovisual e os comentários sobre os protestos, que estabelecem explicitamente a justificativa e a esperança da sua estética, se baseiam em uma lógica política alternativa e em uma relação diferente entre a mídia, a fabricação dela e o engajamento com a mesma. Ou seja, os ativistas estão engajados com a remediação da mídia, ao fim da criação não propriamente de uma nova política, mas sim de um tipo diferente de sujeito.

2 As Jornadas de Junho ou a Revolta da Salada

Os protestos em junho e julho de 2013 pegaram muitas pessoas de surpresa pelo tamanho, a energia e mesmo pelo fato simples de eles terem acontecido. Que eles não foram patrocinados por um partido político, os sindicatos ou a igreja, assim como o fato de que os convites para protestar foram feitos principalmente através do Twitter e do Facebook, emprestou-lhes a impressão de espontaneidade. A verdade foi um pouco mais complicada.

As manifestações, que no início foram de tamanho modesto, emergiram de uma década de insatisfação relacionada ao transporte no Brasil. De fato, o aumento de público coincidiu com o décimo aniversário da “Revolta do Buzú”, que paralisou a cidade de Salvador, em 2003 (PRONZATO, 2003) A revolta acabou sendo cooptada por grupos políticos e entidades tradicionais, tais como a união estudantil, mas o ano seguinte viu uma campanha de “tarifa zero” em Florianópolis. Logo depois, no Fórum Social Mundial de 2005, em Porto Alegre, o Movimento Passe Livre (MPL) foi fundado para defender o transporte público gratuito e organizar protestos contra aumentos de tarifa em todo o país.

Em certo sentido, esses movimentos políticos “não patrocinados”, mas cada vez mais organizados, surgiram quase tão rapidamente quanto possível. No ano de 2003, após três campanhas mal-sucedidas, o Partido dos Trabalhadores (PT) finalmente chegou ao poder, com Luiz Inácio “Lula” da Silva vencendo a eleição presidencial. Com isso, o movimento operário e seus movimentos sociais afiliados tornaram-se o *establishment*. Ou seja, a oposição tornou-se o governo. Portanto, não é tão surpreendente o fato de que 10 anos mais tarde, com o mesmo partido no poder, ora sob a presidente Dilma Rousseff, os protestos tivessem emergido de mais recentes – mas já não novas – entidades políticas e grupos de ativistas.

Uma certa desilusão tinha se estabelecido em relação ao PT, mesmo entre os membros da esquerda. Embora tenha reduzido, por meio de programas sociais, a fome e a extrema pobreza, que incluía cerca de um quarto da população (quase 50 milhões de pessoas), o partido parecia imóvel sobre questões que conflitavam com os interesses de poder, deixando

de lado a reforma agrária, a proteção ambiental, o desenvolvimento urbano e muitos dos projetos prometidos para a Copa do Mundo de 2014. Um grande número de pessoas pertencentes à classe média se sentia pressionado financeiramente e deixado fora dos programas do governo, apontando falhas em educação, saúde e transporte, todos cada vez mais inadequados. Reforçando a ligação do partido com os interesses de poder e dando a impressão de afastamento da sua base trabalhadora, alguns dos maiores escândalos de corrupção da história do Brasil começaram a ser revelados, incluindo o “Mensalão,” um esquema de desvio do dinheiro público para a compra de apoio político no Congresso. Embora o pagamento de mesadas e outros subornos a parlamentares não se limitasse ao PT (houve quem notasse que foi só com eles no poder que esses esquemas de longa data finalmente vieram à luz), isso não diminuía o envolvimento profundo do partido com a corrupção. Se a desconfiança geral, com a qual a política é considerada no Brasil, tinha se dissipado brevemente entre os fiéis ao partido que assumiu o poder, há muito tempo o desespero já havia retornado.

Por fim, os protestos de 2013 também surgiram no contexto de uma desaceleração econômica que havia começado no ano anterior. As receitas do governo foram diminuindo e, dentre outras medidas, cidades em todo o Brasil começaram a aumentar as tarifas de ônibus. O governo federal anunciou que o transporte público ficaria isento de dois impostos, a fim de manter os preços e não contribuir para o aumento da inflação. No entanto, o prefeito de São Paulo ordenou um aumento de 20 centavos nas tarifas.

Em 6 de junho de 2013, o Movimento Passe Livre (MPL) em São Paulo organizou um protesto contra o aumento ordenado pelo prefeito, que atraiu cerca de 2.000 pessoas. A polícia também se fez presente e 50 pessoas ficaram feridas, enquanto mais 15 foram presas. No dia seguinte, o movimento organizou outra marcha e a repressão policial dobrou. A cobertura da grande mídia foi limitada e negativa. Jornalistas de televisão entrevistaram paulistas de classe média que estavam irritados porque os protestos tinham causado engarrafamentos. Eles desaprovaram os atos de vandalismo que foram enfatizados nos noticiários naquela noite e aprovaram a forte ação policial contra os “vândalos”. Mas os ativistas do movimento de transporte forneceram uma história que contradizia a dos telejornais e, nas suas imagens e relatórios, o tumulto e a repressão policial não foram extirpados. Ao longo da semana, essa versão contrária dos protestos se espalhou através das redes sociais. Em 11 de junho, por volta de 12.000 pessoas revoltadas não só com o aumento das passagens, mas com a repressão, integraram uma nova manifestação nas ruas de São Paulo.

No 13 de junho, o governo esperava um número similar de manifestantes e chamou o Batalhão de Choque. No tumulto, uma jovem fotojornalista da *TV Folha* de São Paulo foi atingida por uma bala de borracha à queima-roupa. Fotos dela com o olho ferido e sangrando se tornaram virais na internet lusófona, produzindo o momento que muitos vieram a lembrar como introdução aos eventos. Uma equipe da *TV Folha* rapidamente produziu um clipe, intitulado “Repórter conta como a brutalidade policial marcou o mais recente protesto”. Postado no YouTube com legendas em português, espanhol e inglês, o vídeo alternava imagens de manifestantes, fumaça, fogo e policiais fortemente equipados, com uma entrevista com a repórter em seu quarto de hospital, onde ela descrevia o que aconteceu, especialmente a agressão da polícia. Twitter e Facebook estouraram com o clipe e outras imagens, compartilhados por pessoas ainda não diretamente envolvidas, mas tornando-se cada vez mais politizadas pela repressão dos manifestantes pelo governo. (REPÓRTER..., 2013)

Na mesma noite, o jornalista Piero Locatelli foi preso em São Paulo por posse de vinagre, que ele e outros levavam para aliviar os efeitos do gás lacrimogêneo. Espalhou-se o meme “V de Vinagre”, uma referência à série de quadrinhos *V de Vingança*, que retrata um futuro distópico em que o Reino Unido é comandado por um governo totalitário. Uma parte dos manifestantes, a título de zombaria, afirmou que participava da “Revolta da Salada”, enquanto outros se referiram às *journées de juin* de 1848, na França, declarando que estes eram os dias e as Jornadas de Junho do Brasil. Designers, fotógrafos e outros artistas rapidamente legendaram fotos e imagens, desenvolvendo uma estética política que fazia referência a outros movimentos sociais, dos diversos locais do “Occupy” aos protestos na Turquia, que tinham começado em maio de 2013 e ainda tumultuavam o país. Tumblrs ofereceram gráficos, ilustrações, *gifs* e *slogans*, já prontos para se tornarem *memes*. O Anonymous, grupo internacional de “hacktivismo,” começou a repostar informações sobre os locais dos protestos, com um cunho nitidamente antigoverno. Em resumo, o momento foi apreendido como um evento e mediado como tal.

A essa altura, com imagens da violência policial e *memes* visuais estourando nas redes, duas coisas aconteceram. Um, o número de pessoas que participava tornou-se 10 vezes maior, e não só em São Paulo e Rio de Janeiro, mas nos mais diversos lugares do Brasil. As muitas razões por estarem participando também aumentaram, inevitavelmente sendo algumas contraditórias entre si. Nas manifestações ocorridas em 17 de junho, aproximadamente 300.000 brasileiros participaram de protestos em 13 cidades diferentes, incluindo 100.000 no Rio de Janeiro e 65.000 em São Paulo. Ativistas dos direitos LGBT manifestaram indignação

com a nomeação de um funcionário abertamente homofóbico para a Comissão de Direitos Humanos. Profissionais de saúde opuseram-se ao novo regulamento que, na época, estava sendo discutido no congresso, enquanto outros vieram a apoiá-lo. Havia gente que defendia a reforma do financiamento das campanhas políticas, por muito tempo parada, e que se opunha ao esforço insidioso dos legisladores de destituir o poder do Ministério Público para investigá-los. “Não vai ter Copa”, declararam outros, denunciando projetos da Copa do Mundo, e o nepotismo, corrupção e deslocamento de comunidades desfavorecidas que os acompanhavam.

Por outro lado, a grande mídia parou de descrever os manifestantes como baderneiros e começou uma cobertura massiva e lisonjeira a seu respeito. Nessa virada – irônica à luz da intensificação notável de demandas políticas – os protestos foram despolitizados. Os manifestantes foram retratados na linguagem visual do carnaval, que é familiar e um ponto de orgulho para a maioria dos brasileiros. Em cenas tiradas de helicóptero, sobre as longas avenidas ocupadas por multidões, jornalistas da Rede Globo, o maior conglomerado midiático do país, referiram-se à “bela vista do povo nas ruas”, como se estivessem descrevendo os desfiles carnavalescos. Fizeram entrevistas com manifestantes que não tocaram nos assuntos que os levaram a participar, mas que elogiaram o exercício pacífico do direito democrático de protestar. A grande imprensa falava em um descontentamento nacional com uma burocracia corrupta e impostos altos. “O que há duas semanas havia sido demandas para reprimir os manifestantes perturbadores” – notaram dois acadêmicos – “[...] tornou-se apoio ativo à mobilização, agora apresentando-a como um movimento patriótico contra a corrupção com o potencial de demandar o impeachment no Partido dos Trabalhadores”. (BAIOCCHI; TEIXEIRA, 2013)

Em 20 de junho, os protestos atingiram um pico de pelo menos 1,4 milhões de pessoas (de acordo com a estimativa conservadora da Polícia Militar, enquanto outras estimativas apontaram um número maior) (MANIFESTAÇÕES...). As demandas se multiplicaram, mas de fato, também havia pessoas que estavam lá simplesmente para ser parte de um momento que parecia revolucionário. Protestos foram realizados em pelo menos 120 cidades ao redor do Brasil e em 10 outros países, e muitos usavam as cores nacionais – verde e amarelo brilhantes, ou pintavam a própria bandeira em seus rostos, tomados por um genérico, contagiante afeto “pro-Brasil”, o que concedia uma aura de aceitabilidade aos grupos organizados da extrema direita nacionalista, que se misturavam com os demais participantes.

A grande mídia e os diferentes grupos de ativistas comemoraram igualmente o papel das redes sociais em “acordar o povo”. A realidade não era assim tão simples e a afirmação não passou completamente incontestada. Os residentes de bairros desfavorecidos do país inteiro apontaram, com placas no ar e em entrevistas, que eles, pelo menos, não estavam dormindo. Eles já vinham sofrendo tanto as deficiências em saúde, transporte e educação quanto a violência policial que motivaram os manifestantes da classe média. Fora do Rio e São Paulo, os ativistas indígenas e grupos como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) enfatizaram que, para eles também, a negação de direitos e a repressão à luta para obtê-los, sempre foram considerados normais.

Protestos de tamanho considerável foram realizados ao longo dos dois meses seguintes em torno de uma série de questões e o governo foi responsivo, em alguns aspectos específicos. A presidente Dilma, por exemplo, prometeu um plano de cinco pontos que incluía a reforma política, responsabilidade fiscal e melhorias na saúde, transporte e educação. Embora o plano tenha sido em grande parte bloqueado pelo Congresso, uma porcentagem das receitas de venda de petróleo foi destinada à saúde e educação. Voltamos, no entanto, para o trabalho dos ativistas de mídia e a forma como sua cobertura dos acontecimentos contrasta com a da grande mídia.

3 “Baixa resolução e alta fidelidade”: o ativismo de nova mídia nos protestos

Na medida em que os protestos de desenrolavam, um grupo chamado Mídia NINJA começou a ser um alvo de atenção. NINJA é a sigla de “Narrativas Independentes Jornalismo e Ação” e a emergência viral do grupo tornou-se uma história em si nas notícias internacionais. Enquanto a capacidade do Movimento Passe Livre de projetar a sua mensagem sofreu com o crescimento exponencial dos protestos, os ninjas eram participantes e mesmo catalisadores dos eventos, aproveitando-se dos contatos sociais da própria multidão para propulsionar ainda mais a sua cobertura. O grupo começou a documentar os protestos com *kits* móveis, um individual que consistia de um celular, *laptop* e mochila (BRESSANE, 2013), outro de equipe que juntava um “[...] carrinho de supermercado equipado com um gerador velho, dois laptops, mesa de som e de corte de vídeo, duas filmadoras e caixas de som. Sobre toda a parafernália, lona e guarda-chuva preventivos”. (TORTURRA, 2013) Para fazer *streaming* ou enviar material aos membros que trabalhavam na sede do grupo, eles dependeram de modems 3G ou da captura de WiFi aberto e gratuito na rua. O que era enviado com sucesso, publicava-se na Facebook do Mídia NINJA.

Na noite em que eles primeiro alcançaram o grande público, contudo, a internet não cooperava. Bruno Torturra, um dos fundadores do grupo, relata que só conseguiram quando, finalmente, um dos ninjas achou um sinal forte o suficiente para ativar o aplicativo chamado “twitcasting”, concebido especificamente para se adaptar com flexibilidade a tais circunstâncias de WiFi intermitente. Começou a transmissão ao vivo e “O jornalismo de baixa resolução e alta fidelidade viralizou pelo Twitter,” escreveu Torturra (2013). “Em vinte minutos de transmissão tínhamos 2 mil espectadores. Em trinta minutos, 15 mil. Quando o NINJA virou *trending topic*, havia 30, 40 mil espectadores simultâneos”. (TORTURRA, 2013). A lente do telefone celular do ninja fornecia uma vista para a rua, caótica mas que dava a impressão de ser mais direta e imediata que as notícias da mídia hegemônica nacional, e mais acessível para os espectadores em outras partes do mundo. “Por uma pequena janela de 400 *pixels* de um *site* japonês (o servidor do *twitcasting*)”, escreveu Torturra (2013), “[...] mais de 50 mil pessoas viram a sequência final: o incêndio do *display*, a chegada da PM, o bate-boca de Carioca e os policiais sem identificação. Ao sair do ar, a transmissão alcançara mais de 100 mil visitas”.

Depois dessa noite, o Mídia NINJA cresceu rapidamente. A organização-mãe do grupo é o coletivo de produção de *shows* Casa Fora do Eixo, literalmente, fora do principal eixo cultural e econômico de São Paulo e Rio. O coletivo é controverso pela sua captação bem-sucedida de fundos públicos para a produção de eventos culturais, que dependem de jovens participantes pagos não em dinheiro, mas com uma moeda interna e, indiretamente, com outros benefícios como a habitação comunal. Negando praticar a exploração, o Fora do Eixo se chama de laboratório, no qual o sujeito transforma-se através de experimentação com diferentes formas de se relacionar com outros e com o mundo.

Baseando-se na rede do coletivo de produção, o Mídia NINJA, quase imediatamente, estava representado em 200 cidades em todo o Brasil. (BRESSANE, 2013) Quando um jornal nacional questionou um ninja – Felipe Peçanha, que foi preso durante um protesto no Rio de Janeiro – sobre as metas da organização, ele respondeu: “Queremos democratizar a informação. O objetivo é mostrar o que as emissoras de TV convencionais não mostram”. (ALVES FILHO, 2013) Subsequentemente, o grupo divulgou a prisão de um sujeito de 23 anos, acusado de atirar um coquetel molotov. O Mídia NINJA transmitiu o pedido do jovem a qualquer um que tivesse registrado imagens capazes de provar sua inocência, a manifestar-se. Filmagens de telefone celular foram localizadas, mostrando que ele não havia jogado nada,

sequer estava carregando uma mochila onde se supunha que ele tivesse escondido as garrafas, e ele foi libertado. As acusações, que eram graves, foram retiradas.

Outro ninja explicou a um repórter que os seus métodos de comunicação digital criavam “‘novos protagonistas’ e eram ferramentas “para apoiar e promover, ‘a democracia direta participativa’”. (GLICKHOUSE, 2013) A parte pragmática desse trabalho, dos equipamentos usados até o aspeto visual cru e sem pós-produção, foi idealizado como uma expressão desse esforço para transformar a democracia e, de forma mais ampla, a política. Em uma entrevista, por exemplo, um dos fotógrafos e editores do Mídia NINJA, Rafael Vilela, disse:

Pensando em novas formas: a gente não está inventando nada novo. O streaming já existia, fotografia em tempo real já existia, difusão em redes sociais já existia. O que a gente fez foi disponibilizar um número muito grande de pessoas para fazer isso, dedicação total, com foco muito claro nas questões sociais. Acho que a inovação está nesse – mais nesse sentido, de ter pessoas disponíveis, dispostas para fazer isso, do que necessariamente uma questão técnica. Agora, eu acho também, a gente gera alguns frutos em termos de linguagem, a questão do streaming, do smart fone, ruidoso, com baralho. Lembra muito mais um rádio. Alguns glimpses de imagem, com pouco outra coisa, isso está no campo também, o estético. A gente também não quer a estética do [inaudível]. Contraponha tudo que se tem como padrão: é o padrão Globo de jornalismo. Ele é contra tudo que a gente faz. Mas consegue acumular um número muito grande das pessoas, consegue trazer uma outra leitura, também estético, e a linha política. As coisas se cruzam o tempo todo. (AMARELLO..., 2013)

Pablo Capilé, um dos fundadores da Casa Fora do Eixo e do Mídia NINJA, descreveu os ninjas como estando em uma luta pelo imaginário do país, disputada em “guerra dos memes”. Ele, junto com o cofundador, Bruno Torturra, apareceram em um programa televisivo chamado *Roda viva*, no qual os convidados se sentam na parte inferior de um anfiteatro circular e respondem às perguntas de jornalistas da mídia hegemônica. A entrevista, que foi transmitida pela televisão e depois disponibilizado no YouTube, era interpretada de maneiras bastante diferentes, com comentadores que zombaram dos ninjas, afirmando que eles tinham sido humilhados, enquanto outros opinaram que haviam revelado muito bem as insuficiências e os limites da pretensão à integridade jornalística da mídia tradicional. Mais interessante que quem venceu o debate, no entanto, foi o fórum que o confronto propiciou aos dois fundadores para expressar sua própria visão política. (MÍDIA..., 2013)

“O problema que eu acho que a grande mídia precisava entender” – Torturra disse durante o programa – “é que a nova objetividade vem da transparência do que se pensa e de como essa formação é produzida”. Ou, nas palavras do Capilé, “A gente assume a nossa

parcialidade” e isso porque, “dentro destas multi-parcialidades, se cria um mosaico de parcialidades”. (MÍDIA..., 2013)

A imparcialidade da grande imprensa é julgada não como uma perda de ideal, mas como um falso ídolo. A proposta deles é que os jornalistas ativistas devem ser explícitos sobre os seus preconceitos, enquanto que aqueles que abordam devem tirar as suas próprias interpretações e desenvolver uma posição a partir da soma da informação disponível. Enquanto os ninjas divergem claramente dos jornalistas movidos pelo ideal de objetividade (embora talvez menos na prática), à primeira vista, as suas declarações parecem ser marca familiar de um ativismo ideológico. Mas na entrevista ao *Roda viva*, Capilé observou:

Antes a gente tinha mídia de massa, agora a gente tem massa de mídias. Então dentro dessa multidão de mídias, estas pessoas vão recombinar isso o tempo inteiro. Só que aí, o objetivo é perder o controle. Quando a gente falou aquela hora que um dos objetivos inclusive é de se tornar desnecessário, é para conseguir perder o controle. Com relação a nosso maquinário, uma coisa que a gente fala para as pessoas, qualquer um hoje tem condição de se transformar em ninja ou de construir o seu próprio coletivo.

Isto é o que Graham Meikle, baseando-se nas palavras do artista Brian Eno, descreve como “mídia inacabada” (Kelly, 1995): “a mídia que propõe um futuro verdadeiramente inacabado que as pessoas precisam fazer por si”. (WARK, 2002, p. ix)

Torturra, em outra entrevista, coloca em palavras a dimensão final a ser discutida:

Como os consumidores de mídia de massa, os leitores não estão sendo tratados como participantes, mas como consumidores de informação que é cada vez mais apresentada como produto, mercadoria ‘conteúdo’... Precisamos inverter a lógica do leitor passivo e olhar para a forma em que as notícias são produzidas - o leitor precisa tornar-se responsável pela produção de informações antes dela ser produzida. ... Graças à internet, os leitores não são mais espectadores passivos da realidade – eles podem expor a mídia, pressioná-la e monitorá-la. Mas com isso vem uma responsabilidade maior. Novos comunicadores precisam se tornar mais conscientes sobre o que eles escrevem e dizem. (RIGBY 2013)

O objetivo não é dar voz “ao povo” nem é apenas deixar outras vozes serem ouvidas. Mais fundamentalmente, o coletivo pretende gerar uma mudança na subjetividade. Nas palavras que Capilé acrescentou na entrevista ao *Roda viva*, “Eu não acredito na lógica de movimentos sem liderança. Para mim, os movimentos tem mais e mais líderes. O número de líderes tem aumentado”. (MÍDIA..., 2013) O objetivo normativo dessa política poderia ser chamado, no jargão de outro campo acadêmico, a democratização dos públicos, que qualquer um pode criar e no qual todos podem entrar. No entanto, o primeiro passo para a entrada, e para contribuir com o testemunho dos ninjas, é conseguir estar presente, e apenas quem já é

capacitado com um *smartphone*, com máquina filmadora e uma infraestrutura de gravação pode documentar a sua própria voz, a fim de ter a chance de fazê-la ser ouvida.¹

Ativistas de mídia são aqueles envolvidos em “movimentos populares, organizados e dirigidos para a criação ou para influenciar práticas e estratégias de mídia”. (CARROLL; HACKETT, 2006, p. 84) Michel Foucault (1984, p. 59) observou que “por trás do conceito de ideologia, há uma espécie de nostalgia de uma forma de conhecimento quase transparente, livre de todo erro e ilusão”. Ativistas são notoriamente ideológicos, tirando a sua dedicação de crença verdadeira e profunda. Para os ativistas ninjas de 2013, no entanto, o foco não estava numa causa específica, mas na subjetividade dos sujeitos envolvidos. Eles se recusaram a aceitar a posse exclusiva da verdade em nome de terceiros, descrevendo seu papel no espaço político não como a busca de soluções possíveis, mas como o aumento da capacidade de indivíduos e coletivos de procurar as soluções das suas lutas escolhidas, as mais e inevitavelmente variadas. A mídia inacabada é aquela que chama as pessoas a transformar-se, a fim de indagar sobre o que é notícia, como ela é criada, para que fins, com o intuito de criar as suas próprias histórias.

Tal trabalho não representa uma panaceia para os males contemporâneos da política ou do jornalismo. Embora reportagens em tempo real que aproveitem do material de participantes tornaram-se parte dos próprios eventos que estão cobrindo e, como no caso do Mídia NINJA, às vezes acabam sendo a própria pauta, isso pode dar a impressão de uma perspectiva mais abrangente e holística do que ela é. O *live-streaming* de um protesto comprime o lugar e o momento, criando um evento de mídia que exclui o que permanece fora do seu quadro, sem dar tempo para reconhecer que isso está acontecendo. Enquanto oferece uma maneira de acompanhar eventos de longe, e de contrariar representações às vezes imprecisas dos poderosos, o ato de observar um evento pelo *twitcasting* é um antievento. Com a câmera se movendo de um lugar para outro, para cima e para baixo, e as limitações de largura de banda, o espectador não pode realmente seguir, mergulhar ou interpretar, ele simplesmente acompanha, na medida do possível.

Porém, o papel crítico desempenhado por esses meios de comunicação alternativa nos protestos não resultou no que é muitas vezes ridicularizado como o “slactivismo”, um clique no *trackpad* ou na tela do telefone pela advocacia. Ao contrário, novos meios de comunicação foram utilizados para facilitar, fortalecer e ampliar o número de corpos no chão e o impacto deles. O objetivo dos ninjas era político, mas com uma compreensão da política que,

¹ Houve alguns efeitos recursivos de ativismo de novas mídias relacionados ao surgimento das novas

fundamentalmente, exige uma mudança na subjetividade. Essa não é uma visão radicalmente nova da relação entre política e ética. Há muitos exemplos históricos de movimentos que incorporam essa perspectiva. O mais importante no Brasil pode ter sido a pedagogia da libertação de Paulo Freire, e outros movimentos afins, como o teatro do oprimido de Augusto Boal. Os ativistas da nova mídia, no entanto, envolveram-se com temas políticos imaginados não em termos de opressores e oprimidos, mas em relação a sujeitos que poderiam ser transformados de espectadores em participantes ativos nos conflitos que os inspiram.

4 A política estética da mídia inacabada

Brian Massumi, em conversa com Mary Zournazi (2002, p. 235), observou que, para ele, a questão política mais crítica

[...] é saber se existem formas de praticar a política que avaliam a forma afetiva de como o poder opera agora, mas que não dependem da violência e do endurecimento das divisões em linhas de identidade que isso geralmente traz. Eu não sei exatamente o que esse tipo de política pareceria, mas ainda assim seria performativa. De algum modo básico seria uma política estética, porque o objetivo seria ampliar a gama de potencial afetivo – que é o que a prática estética sempre foi..

Como alguns comentaristas já notaram, não há nada de novo na estilização das filmagens feitas à mão (MORETZSOHN, 2014), nem da promessa irrealizável que essa estilização faz: de estar presente, como se o meio não mediasse. Mas novas tecnologias de mídia que permitem a comunicação de muitos-com-muitos e facilitam a montagem de grupos de sociabilidade participativa vão além do momento dos protestos de 2013. São partes de um processo que está em andamento em que, como afirma Paul Levinson, “novas mídias novas” são distintas de novas mídias e das mídias velhas pela facilidade com que as pessoas normais podem participar na criação de conteúdo”. (FLEW; SMITH, 2011, p. 82) Tais meios reconfiguram as condições de sociabilidade e, por extensão, a vida pública e a ação política. Além disso, segundo Feenberg e Bakardjieva (2004, p. 30):

Práticas distintas se consolidaram em torno das novas mídias. O perigo da fase atual na evolução da comunidade *on-line* é o de encerramento prematuro. Analistas e usuários podem muito facilmente tomar por certo o meio e presumir que a forma atual é também o final, em vez de uma passagem para o que ainda está por vir.²

² “Distinctive practices have consolidated around the new medium. The danger of the current stage in the evolution of online community is that of premature closure. Analysts and users alike can take the medium for granted too easily and assume that its present form is final, rather than a passage to things to come”. Feenberg; Bakardjieva, 2004, p. 30)

Na medida em que os protestos cresceram, agendas políticas diversas, até mesmo conflitantes, entraram em cena. Enquanto os ativistas de novas mídias no Brasil diziam claramente que seu objetivo era de capacitar outras pessoas, se tiveram realmente sucesso, as vozes habilitadas nem sempre estarão de acordo, e nem haverá qualquer garantia de que o resultado final não amplificaria as perspectivas já dominantes. Todavia, o ativismo de novas mídias era concebido pelos participantes como um tipo de equipamento que poderia gerar relacionamentos e subjetividades e, assim, o acesso a futuros intencionalmente indeterminados.

Referências

ALVES FILHO, F. 2013 Lado ninja do protesto. *O Dia*, [S.l.], jul. 2013. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2013-07-15/lado-ninja-do-protesto.html>>. Acesso em: 21 ago 2015.

AMARELLO Visita: Mídia NINJA. *Vimeo*, [S.l.], 22 out. 2013. Disponível em: <<https://vimeo.com/77537607>>. Acesso em: 2 dez. 2013

BAIGORRI, L. Recapitulating: models of activism (1994-2003). *Artnodes*, Catalunya, n. 3. 2003.

BAIOCCHI, G.; TEIXEIRA, A. C. Pardon the Inconvenience, We Are Changing the Country'. *In Boston Review*. 2013.

BRESSANE, R. Guerra dos memes: na transição dos protestos, surge um novo tipo de jornalismo. *Revista Piauí*, São Paulo, jun. 2013. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/materia/guerra-dos-memes/>>. Acesso em: 1 jul. 2016.

BRUNO, L. Vendas de smartphones no Brasil mais que dobram em 2013 no País. *Reuters Brasil*, São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://br.reuters.com/article/internetNews/idBRSPEA3104Y20140402>>. Acesso em: 5 jun. 2014.

CARROLL, W.; K.; HACKETT, R. A. Democratic media activism through the lens of social movement theory. *Media, Culture & Society*, Thousand Oaks, v. 28, n. 1, p. 83-104, 2006.

DELEUZE, G.; PARNET, C. *The actual and the virtual*. In: Dialogues II. New York: Columbia University Press, 2007. p. 148-152.

DIAS, L. R.; SILVEIRA, E. do C. *A revolução da mobilidade: o celular no Brasil: de símbolo de status a instrumento de cidadania*. São Paulo: Plano Editorial, 2002.

FEENBERG, A.; BAKARDJIEVA, M. Virtual community: no 'Killer implication'. *New Media & Society*, Thousand Oaks, v. 6, n. 1, p. 37-43, 2004.

FOUCAULT, M. Truth and Power. In: RABINOW, P. (Ed.). *The Foucault Reader*. New York: Pantheon Books, 1984. p.51-75.

FLEW, T.; SMITH, R. *New media: an introduction*. Canadian: Canadian Edition; Oxford: Oxford University Press, 2011.

GLICKHOUSE, R. Brazil's Mídia Ninja and the Rise of Citizen Journalism. *Rio Gringa*, [S.l.], Jul. 2013. Disponível em: <http://www.riogringa.com/my_weblog/2013/07/brazils-m%C3%ADdia-ninja.html>. Acesso em 2 dez. 2013.

KELLY, K. Gossip is philosophy. *Wired*, San Francisco, p. 146-51. May 1995.

MANIFESTAÇÕES pelo Brasil – Infográfico. G1, Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/protestos-2013/infografico/platb/>>. Acesso em: 16 set. 2016.

MÍDIA Ninja 05/08/2013. Programa Roda Viva. *Yotube*, [S.l.], 2013. (120min 17s). Disponível em: < <https://youtu.be/kmvgDn-lpNQ> >. Acesso em 17 set. 2016.

MORETZSOHN, S. D. As sombras de junho. *Liinc em Revista*, v. 10, n. 1, p. 163-175, maio 2014.

PRONZATO, C. *Revolta do buzu*. Salvador, 2003. Disponível em: <<https://youtu.be/dQASaJ3WgTA>>. Acesso em: 29 jun. 2014.

RABINOW, P.; BENNETT, G. *Designing Human Practices: An experiment with Human Biology*. Chicago: University of Chicago Press, 2012.

REPÓRTER conta como a brutalidade policial marcou o mais recente protesto. *Yotube*, [S.l.], Jun. 2013. (12 mim 51s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_eyFxlLsnn4>. Acesso em: 2 dez. 2013

RIGBY, C. Brazil's Mídia NINJA: outside the axis. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2013. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2013/08/1329241-from-brazil-brazils-midia-ninja-outside-the-axis.shtml> >. Acesso em: 20 ago. 2015.

THOMPSON, J. B. The new visibility. *Theory Culture Society*, Thousand Oaks, v. 22, n. 31, p. 31-51, 2005.

TORTURRA, B. Olho da rua. *Revista Piauí*, v. 87, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/materia/olho-da-rua/>>. Acesso em: 1 ago. 2015.

WARK, M. Preface. In: MEIKLE, G. *Future active: media activism and the internet*. Annandale e New York: Pluto Press, 2002. p. ix-x.

ZOURNAZI, M. Navigating moments: a conversation with Brian Massumi. In: ZOURNAZI, M. *Hope: new philosophies of change.*; Annandale, NSW: Pluto Press, 2002 p. 193-210.

