

Opinião Pública e as Jornadas de Junho: um estudo sobre a regulação dos discursos midiáticos no Brasil¹

Janine Figueiredo de Souza Justen²
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

Este trabalho visa demonstrar como a opinião pública se constrói, problematizando a questão dos interesses do capital atrelados à lógica de mercado dos *jornais-empresas* em contraponto à motivação ideológica da *mídia livre*. Procura-se ressaltar que são as novas versões, em paralelo às velhas versões – e não em substituição às mesmas – a grande guinada da cobertura jornalística atual. As crises da Verdade e dos referenciais abrem brechas para a insurgência de uma pluralidade de vozes que, mais do que imprimir *outras* impressões aos acontecimentos, dão ao fato uma imagem complexa, explorando as tensões de leitura e visões de mundo existentes entre jornalistas, os produtores de notícia, e a audiência, agora participativa. Como estudo de caso, um episódio de ampla repercussão no Brasil e no exterior, capaz de suscitar alternativas ao manejo estrito da informação: as *Jornadas de Junho*.

Palavras-chave: opinião pública; verdade; discursos; Jornadas de Junho.

Introdução

A percepção de que a maior parte das posturas alternativas ao que vem se estabelecendo como discurso mais afiado às características socioculturais no mundo globalizado, o discurso pós-moderno, é de aspecto tecnofóbico ou reducionista, condenando a atuação dos meios de comunicação à uma ditadura midiática sem precedentes, é o que se constitui como motivação primeira deste trabalho. Assim, considerando válida a hipótese de que sejam as maneiras de transmissão do fluxo informacional as principais responsáveis pela formação de um imaginário social de valores e identidades, em confluência com as lógicas da eficácia e da regulação mercadológica da produção de subjetividades, a crise dos fundamentos e da Verdade são pontos cruciais a serem problematizados para que possamos pensar em alternativas a este paradigma de tendências totalizantes.

Para tal, adotou-se como ponto de partida a noção foucaultiana de relações de poder, que atribui aos lugares de fala a legitimidade dos discursos e a disseminação de suas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O presente artigo apresenta-se em versão revista e ampliada.

² Mestranda em Mídias e Mediações Socioculturais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: janine.justen@gmail.com

verdades e paradigmas através da difusão de enunciados sociais. A estratégia é traçar um diagnóstico do cenário midiático atual com o objetivo de entender a ascensão das *novas mídias*, que compõem a moderna conformação do midiativismo, em complemento às já consolidadas técnicas da mídia tradicional, cuja característica mais marcante é a capacidade de atrelar interesses do capital a manejos políticos a fim de corroborar suas linhas editoriais mediante conquista de audiência – reflexos de visões de mundo bastante específicas, porém, majoritariamente travestidas de padrões de linguagem universais, de ideais neutros e imparciais, que buscam isentar os seus respectivos veículos de pesares circunstanciais, como orientações partidárias e defesa descabida de pessoas públicas ou organizações associadas a governos e instituições financeiras.

Neste sentido, buscamos apontar a real importância das *versões* de um episódio de caráter (trans)nacional e atual, que tivesse sido capaz de abalar, senão provocar diferenciadas performances, no campo midiático contemporâneo – as manifestações de junho. Vandalismo, luta por direitos, esquerda X direita, anarquia? Diversas foram as abordagens, os editoriais, veículos e plataformas que se apropriaram de discursos carregados de adjetivação e juízo de valor, ampliando-se o caráter opinativo em detrimento do exclusivamente informacional – que após a década de 1950 ganhou ares de mandamento obrigatório, quando nos alinhamos ao modelo norte-americano de jornalismo –, além de abrir precedente para que outros dispositivos ganhassem maior visibilidade na rede, como foi o caso da iniciativa *Mídia Ninja*³.

Na tentativa de entender esta nova confluência de verdades e interpretações, destaca-se o momento de insurgências em que nos encontramos, não para dizer que todas as versões se equivalem, as dos conglomerados midiáticos e as da chamada *mídia livre*, mas para experimentar as tensões existentes entre cada uma delas. Pretende-se, portanto, demonstrar através de exemplos pontuais de que forma acontecem as deformações e distorções de um fato e sua repercussão, mas também argumentar, que por essas mesmas diferenças de abordagem, se atinge (e se constrói) a mais completa riqueza de uma cobertura jornalística.

³ *Mídia Ninja* é um coletivo midiático que prima por “narrativas independentes, jornalismo e ação” (significado de sua sigla) em transmissões “sem corte e sem censura”, na intenção de criar posicionamentos paralelos ou opostos ao discurso uníssono e comprometido por interesses político-econômicos da imprensa tradicional. Com a cobertura das manifestações, o coletivo ganhou força e visibilidade na internet, consolidando o que ficou conhecido como *fenômeno do midiativismo* (ou mídia livre). Informações disponíveis em www.facebook.com/midiaNINJA. Último acesso: 27 de novembro de 2013, às 15h26.

Falemos, então, da Verdade

Amplamente abordada nas obras *Ordem do Discurso* e *Microfísica do Poder* de Michel Foucault, a Verdade⁴ aparece não mais como um termo pleno, coercitivo e de função corretiva, assumido desde a *alétheia* com os gregos clássicos aos dogmas da moral cristã, mas ao contrário, multifacetado e legitimador de lugares de fala dos mais variados: não só Igreja, mas também imprensa, Estado, universidades, família, só para citar alguns. O que está em jogo aqui é a difusão de discursos, instrumentos capazes de coibir, reduzir e manipular, mas também de gerar conhecimento. São, antes de tudo, mecanismos de poder, cuja dinamicidade indica uma interlocução ramificada.

(...) o discurso – como a psicanálise nos mostrou – não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar (FOUCAULT, 2008, p.10).

Através da busca do que essas instituições compreendem como sua própria verdade, postas em complexas redes de interesses, a sociabilidade não obedece mais, necessariamente, a regras verticais de hierarquia ou fluxos unidirecionais de comportamento, relativizando os conceitos de hegemonia⁵ e resistência, presentes agora em todos os patamares de interação com variações apenas no que diz respeito à intensidade. Podemos apostar, então, em duros moldes para o que se convencionou socialmente como *certo e errado*? Para Platão, há cerca de 25 séculos, a resposta foi “sim”. A moral e os bons costumes se consolidaram como pilares da humanidade e a retórica dos sofistas, julgada e punida, deu-se como ato consumado. No entanto, de certa maneira já previsto por Nietzsche no fim do século XIX, a crise dos referenciais, que ganha corpo no século seguinte, é anunciada com a morte de Deus em *Zarathustra* e a linguagem começa a mudar de figura. O homem não deve mais ser condenado ou absolvido por valores supra-terrenos. Tem início a cultura do imediatismo, levando embora consigo a Verdade.

A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos

⁴ Quando grafada em letras maiúscula trata-se de um fundamento. Já para fazer menção apenas à ideia de discurso, não há esta necessidade.

⁵ Adotou-se aqui o uso marxista do termo *hegemonia*, que indica a direção intelectual e moral em virtude da qual uma classe consegue ser aceita como guia legítimo e obtém o consenso ou a passividade dos demais.

falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, 2012, p.52).

O discurso pós-moderno eclode, no fim do século XX, para romper definitivamente com as acepções vigentes do nascimento da Filosofia até o final do século XIX. Uma vez sustentada pela lógica da eficácia, a pós-modernidade imerge numa busca incansável por produção de resultados. Essa ditadura tecnológica faz com que os efeitos substituam as causas, subvertendo toda a metafísica de Aristóteles. O *para que serve* se apropria do *o que é*, o que, considerando Platão, aumenta significativamente a probabilidade do erro. Válido agora, só mesmo o rendimento e a performance. Para os pós-modernos, “o real, a verdade e o fundamento fazem obstáculo à eficácia, são uma teimosia ressentida que se levanta contra o acontecimento representado pelo advento tecno-lógico” (AMARAL, 2010, p.353).

(...) *é como se* para eles [os pós-modernos] o ato de pensar tivesse a ver intrinsecamente com a eficácia de um mundo crescentemente regido pela fusão entre o saber-saber que desde os antigos gregos, pelo menos, carregou o peso da verdade, e o saber-fazer, que também arcaicamente, e também gregamente, vinha suportando aquelas coisas que nós, humanos, acrescentamos ao que há e se dá de si mesmo (AMARAL, 2010, p.352).

Baudrillard batizou a nossa época de “era da simulação” (BAUDRILLARD, 1981, p.9), condição intimamente ligada a crise da representação promovida pela falência dos referenciais. Isto porque a simulação é capaz de eliminar a verdade e a causa objetiva por completo a partir de práticas verossímeis, ou seja, promovendo a imagem do real em dimensões virtuais. É pura imagem de imagem, de imagem, de imagem... a ponto de já não sabermos mais o que ou quem conferiu o estímulo original. E assim nascem e se consolidam os simulacros, já sem começo ou fim, mas de presença garantida e estrutural em nossa percepção de mundo. Para o pensador francês, “fingir, ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade” (BAUDRILLARD, 1981, p.9), enquanto que a simulação “põe em causa a diferença do ‘verdadeiro’ e do ‘falso’, do ‘real’ e do ‘imaginário’” (id. ib., p.10).

Assim, a identidade do homem contemporâneo não é mais um campo fechado, de valores restritos e pré-selecionados como se pensava até o século XIX. E, na contramão da descrença nas instituições, antes norte de conduta e instrumentos de forte coerção social, ganha forma a intensa ascensão do intermediário sensorial como base de toda a produção *mass media*, a grande reguladora de interações inter-indivíduos e indivíduos-meio – o homem delega sua própria subjetivação à mídia, acreditando numa suposta representação verossímil da vida cotidiana, que por tanto se reafirmar atinge o patamar da Verdade,

condição alimentada, na dimensão virtual, pelos simulacros. “As representações midiáticas de indivíduos, grupos, instituições e acontecimentos formam como que a matéria-prima a partir da qual os indivíduos pensam sobre si mesmos e o mundo” (FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.7).

Construindo a opinião pública

Extremamente conectada à questão da verdade, a *opinião pública* foi entendida, por séculos, como aquilo que se propaga, ou se deseja propagar, por um único interlocutor ou um grupo, na tentativa de alcançar e convencer o maior número de pessoas possível a partir de um único discurso. Mas neste momento em que vivemos, de transição entre uma comunicação centralizada, unidirecional e vertical para uma comunicação de relativa interatividade e multimidialismo⁶, essa noção de opinião pública passa a implicar, também, uma expansão das rígidas fronteiras entre emissor e receptor das mensagens, tornando complicado estabelecer pólos esquemáticos de fluxos de informação.

A noção de opinião pública contrapõe-se à postura de passividade, sendo classificada de ativa. Ela é compreendida como portadora de ideias, sentimentos e tendências à ação que em milhares e milhares de homens se desencadeiam no mesmo sentido, face a determinados fatos da atualidade (CARVALHO, 2012, p.37).

Classificada como mutante e efêmera, a opinião, por natureza, carrega o peso da instantaneidade, selando um pacto quase perfeito com o cenário do imediatismo atual, que, de acordo com as teorias de Martín-Barbero e Jean Baudrillard, é amnésico, acelerado e autista, cujos objetos produzidos são para fins de consumo necessitando rapidamente de substituição. Em confluência com a lógica da eficácia, indo de encontro às regras do sistema econômico vigente (o capitalismo, que traz como pano de fundo o mundo globalizado) e à ideia dos simulacros – uma vez que disseminada, torna-se apenas imagem de imagem de imagem, indicando, em alta potência, uma replicação viral –, a opinião pública consolida um paradoxal vínculo sócio-identitário, de forma quase estrutural, com as atividades da imprensa: a partir dela segmentam-se audiências, nichos urbanos, categorias profissionais etc., o que a coloca em posição cobiçada de mercadoria com poderoso valor agregado.

⁶ Em *Antropológica do Espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede* (2002), Muniz Sodré expõe, de maneira bastante embasada, a transformação da antiga *cultura de massa* para uma *sociedade de informação*, apontando a circulação acelerada de um grande volume de dados como principal diferencial entre os marcos. O historiador britânico Peter Burke, ao traçar um panorama para a história social do conhecimento, da prensa de Gutemberg ao Wikipédia, partilha das mesmas motivações que o pesquisador brasileiro, como veremos com mais detalhes a seguir.

[*A opinião pública*] É um complexo de ideias, dos sentimentos, das tendências, que segundo determinações especiais das faculdades superiores, induz um considerável grupo de homens a reagirem e agirem identicamente diante de certos fatos da atualidade, conexos aos problemas da vida social (MORLION *apud* CARVALHO, 2012, p.38).

Substrato midiático, a informação é a imagem especular dos acontecimentos formada pela instrumentalização dos recursos de linguagem e matéria-prima para a construção da opinião pública a respeito de um determinado tema. Desprovida de quaisquer traços de neutralidade ou objetividade – para contrariar a lógica do utópico *bom jornalismo*, como veremos adiante –, a informação é sempre uma interpretação e, por isso, carrega consigo não só a visão de mundo de quem a enuncia, como também suas impressões e pontos de vista. “Não há aí uma *influência* sobre a realidade, mas ao contrário a *constituição* de uma realidade” (SODRÉ, 2006, p.99).

Superada a ferrenha oposição Escola de Frankfurt⁷ X *Mass Media Communication Research*⁸ ainda nos anos 1960 com as sistematizações de Umberto Eco, hoje a discussão sobre a teoria comunicacional se dá no âmbito da *sociedade da informação*, um patamar acima daquele consolidado pela cultura de massa. Para Muniz Sodré, o que define esta passagem histórico-temporal é o fenômeno da *mutação tecnológica*, decorrente da maciça concentração de capital nas áreas da ciência para investimentos em engenharias capazes de acelerar as relações temporais, encurtar (ou extinguir) distâncias físicas e recrutar memória suficiente a fim de arquivar, propagar e gerir sinais comunicacionais de todos os tipos. “O modelo binário de ‘elite’ e ‘povo’ é simplista demais, como os historiadores da cultura popular descobriram uma geração atrás. É preciso distinguir vários graus de distância cultural e diversos públicos ou audiências” (BURKE, 2012, p.113). As estruturas de poder permanecem, os “corretores do conhecimento” (id. ib., p.114) igualmente, mas as vias de transmissão se multiplicam a ponto de embaçarem e distorcerem as duras estratégias da vigilância.

Sobre este último tipo de informação incide principalmente a mutação, que favorece o intercâmbio ampliado e acelerado entre nações. Sobre os

⁷ Contemporâneos à ascensão do nazi-fascismo, os representantes da Teoria Crítica – como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Walter Benjamin – se aproximaram dos ideais de Max Weber sobre o *desencantamento do mundo* e aos postulados marxistas da luta de classes, apostando em teses sociológicas de vieses bastante radicais, que condenavam a indústria cultural às intenções de uma ideologia de dominação única, cuja comercialização de valores e ideias seria sua principal forma de atuação: previsibilidade e padronização das consciências alienadas.

⁸ Esta Escola, contemporânea à frankfurtiana, trouxe a carga positiva da modernização das técnicas de informação e entretenimento de maneira também radical. Em simultâneo à consolidação do capitalismo e ascensão dos Estados Unidos como a grande potência mundial do pós-guerra, os teóricos norte-americanos estimularam o desenvolvimento de Hollywood e dos meios de comunicação de massa, principalmente do rádio e da televisão, acreditando ser essa a possibilidade da democratização do conhecimento.

novos produtos não paira mais o temor – típico dos anos 1960 e 1970 – de destruição da “alta cultura” por uma suposta homogeneização inapelável da “cultura de massa”, uma vez que as fronteiras entre ambas se apagam diante da onda planetarista da globalização ou da chamada “sociedade da informação”, indiferente a tudo que não seja a velocidade de seu processo distributivo de capitais e mensagens (SODRÉ, 2002, p.12).

Na contramão da crise da Verdade, a opinião ascende e se assume como via de participação popular nos processos de comunicação dos grandes meios midiáticos. À medida que as indústrias de telefonia e computação avançam, ao invés de uma política de substituição dos canais, acontece uma convergência – a *convergência das mídias* – permeando os meios da radiodifusão já consagrados com as novas possibilidades de interação digitais. “Os meios de comunicação antigos e novos coexistem e interagem, tal como aconteceu com o texto manuscrito e o texto impresso na fase inicial da Modernidade europeia” (BURKE, 2012, p.114). O que pode haver é um certo afunilamento de funções por especificidade dos meios e dispositivos, mas não se percebe tendências de exclusão ou rearranjo dos mesmos, implicando em um aumento direto da circulação de estímulos informacionais e possibilidades de acesso ao processo, seja em suas fases de produção ou transmissão da informação, ainda que filtradas.

Em *Antropológica do Espelho*, Muniz Sodré defende a tese de que a mídia implica uma nova qualificação da vida, um “*bios virtual*” (2002, p.11), alterando os “costumes, conduta, cognição e sensorialismo” (id. ib., p.11) humanos. Para o teórico, este fenômeno se dá por duas razões básicas: o ápice das novas tecnologias desencadeado com a Revolução Industrial inglesa e a recente Revolução da Informação, que une a hiperaceleração temporal à expansão da capacidade de estocagem e circulação de um grande volume de dados. “Se a Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiquidade humana” (SODRÉ, 2002, p.14).

Sem mais, os fatos e as versões

As “Jornadas de Junho”, como se refere o autor do livro *Cidades Rebeldes*, Lincoln Secco, às manifestações populares que saíram das redes sociais para tomar as ruas do país em mais de 350 cidades brasileiras no último semestre, foram eleitas marco de uma reforma político-social em potencial. “Eles não nos representam”, era o que gritavam aos quatro ventos os militantes sobre seus governantes. Eleitos? Sim. Representativos? Não, estavam deixando de ser. A mediação política teria ruído junto às instituições e suas ações não

corresponderiam mais às demandas e reivindicações de um corpo social que agora se planeja organizar de maneira linear, sem líderes ou partidos.

Motivados pela Primavera Árabe, que ocorreu em 2010 no Oriente Médio e em países do norte da África – dos quais destacam-se Tunísia, Egito, Líbia e Síria – e pelo *Occupy Wall Street*, que tomou os arredores do coração financeiro de Manhattan no ano seguinte, os manifestantes brasileiros exigiam outros horizontes para um prognóstico mais justo, participativo e transparente, fazendo do ambiente virtual seu espaço de recrutamento de pessoal, planejamento e intervenções, uma espécie de prévia e chamariz daquilo que se veria concretamente nos logradouros urbanos. Das redes às ruas, um mundo de possibilidades se abriu para que os *indignados* pudessem se expressar, estivessem suas lamúrias estampadas na grande mídia, a tradicional, ou não. “Uma reapropriação mental do fenômeno técnico nos parece um pré-requisito indispensável para a instauração progressiva de uma tecnodemocracia” (LEVY, 1993, p.8).

Como causa inicial, os transportes públicos. Revoltados com a baixa qualidade dos serviços oferecidos a preços exorbitantes, a notícia de que as tarifas aumentariam ainda mais foi a gota d’água. O Movimento Passe Livre (MPL) de São Paulo, que defende o “acesso amplo e irrestrito à cidade”⁹, iniciou passeatas em vias públicas de tráfego intenso em dias úteis, como a Avenida Paulista e a Marginal Tietê, na intenção de dar visibilidade às queixas da população e alcançar os ouvidos dos patamares responsáveis. O problema é que a mídia tradicional fechou os olhos para as aglomerações nos grandes centros, mantendo-se alheia aos acontecimentos até ser obrigada a noticiá-los. Desta vez, foi o público, os próprios atores sociais, quem ditou as regras. Contrariando os interesses dos jornais-empresas que por motivos editoriais ainda não haviam se pronunciado, as manifestações recebiam novos adeptos a cada encontro e se espalharam para as cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Curitiba, Maceió e Porto Alegre, chegando a Brasília e ao Congresso Nacional¹⁰. Ficou difícil negá-las. Logo, o debate passou a ser sobre a *forma* como se narrariam as recentes mobilizações, pois a pauta já tinha virado questão obrigatória.

Agravada pela postura policial, que assumiu o caráter de violência legitimada pelo aparelho estatal para *conter* e *reprimir* as manifestações – mesmo que, de acordo com a

⁹ Descrição retirada da Carta de Princípios do Movimento Passe Livre de São Paulo, disponível em: <http://saopaulo.mpl.org.br/>. Último acesso: 26 de novembro de 2013, às 23h47.

¹⁰ Segundo estimativas oficiais da Polícia Militar, no dia 17 de junho de 2013, cerca de 100 mil pessoas se reuniram na cidade do Rio de Janeiro, na Avenida Rio Branco. Em São Paulo, o número atingiu a marca dos 65 mil.

Constituição Federal de 1988, esse seja um direito garantido por lei –, a cobertura midiática não mediu esforços para estampar manchetes sensacionalistas e reducionistas na tentativa de deslegitimar as ações populares: “Crime contra a ordem pública”, estava em todas as primeiras capas, portais de notícias, nos rádios e telejornais. A referência à ação dos autonomistas – daqueles rotulados anarquistas, os “Black Blocs”¹¹, às vezes por eles próprios, às vezes pela mídia – no final das manifestações, se dava sempre no horário nobre, pautando deste modo os telejornais. Na Rede Globo, por exemplo, era assunto garantido no Jornal Nacional, programa *essencialmente informativo* que antecede, na grade, a telenovela de maior audiência da emissora, a das 21 horas.

Classificada como “reação exagerada” pelos militantes, a ação da polícia era corroborada por declarações polêmicas das autoridades (chefe das secretarias de segurança, prefeitos e governadores), mas a versão dos manifestantes pouco aparecia – um choque com os mandamentos do *bom jornalismo*, em tese, norteado pela pluralidade de fontes e por um ideal de neutralidade. Instaura-se, portanto, a discussão entre versões, deixando os fatos opacos na dicotomia real-simulacro: vândalos ou manifestantes; repressão ou manutenção da ordem; depredação de patrimônio público ou luta por direitos? No que deveríamos *acreditar* ou quais visões deveríamos *defender*?

Porto Alegre foi o primeiro caso em que as manifestações conseguiram barrar o reajuste da tarifa das passagens de ônibus, reduzindo o valor em vinte centavos – de R\$ 3,05 para R\$ 2,85. O estímulo foi tamanho que os limites do movimento se alastraram para além dos fins econômicos estritos, como argumentavam as faixas: “Não é só pelos 20 centavos. É por direitos”. E o embate com o braço armado do Estado tornou-se cada vez mais frequente e acirrado. Desde as “Diretas Já!”, em 1984, não se viam tantas pessoas nas ruas, articuladas por uma causa, ainda que pouco delineada – quiçá, fosse esse o prato feito para os niilistas tupiniquins, que identificavam indícios suficientes para sustentar a prostração das camadas populares e a baixa adesão a movimentos sociais e causas coletivas. As motivações eram múltiplas, assim como as vozes. Não se sabia bem o que queriam, mas o que não queriam era claro. “O gigante acordou”, ouvíamos. E, pelo jeito, não voltaria a dormir tão cedo. O que começou por uma exigência de melhorias na qualidade dos transportes públicos se estendeu a cobranças nas áreas da saúde e da educação,

¹¹ Normalmente equipados com roupas impermeáveis, máscaras de gás, gorros, capacetes e escudos, o grupo que faz uso da tática “Black Bloc” se destaca do resto dos manifestantes. Quando há confronto direto com a polícia, eles tomam a frente do grupo, empunham pedaços de madeira, pedras e lançam coquetéis *molotov*. Com origem no fim da década de 1980, na Europa, o *bloco negro* ganhou força com a crise do capitalismo neoliberal, na virada dos anos 2000.

transformando as pautas dos atos e, por conseguinte, seus orquestradores – constituíam agora um grupo heterogêneo e de reivindicações diversas.

Como pensar, nessa conjuntura, uma mídia conivente com os interesses do capital e, portanto, atrelada as artimanhas do Estado, quando grande parte de seu público não consente com tais medidas? Da necessidade, fez-se um *outro* circuito, um circuito paralelo de fluxo de informação. E a alternativa apareceu através da internet. A experiência das *novas mídias* possibilitou que aparelhos de telefone celular, os modernos *smartphones* (com câmeras de alta resolução e conexão rápida a redes sociais integradas), microcomputadores e *tablets* ocupassem postos de fiscais e delatores, fazendo das plataformas *onlines* (*Youtube*, *blogs*, *Facebook* e *Twitter*, por exemplo) seus mais eficazes meios de compartilhamento. “Eu vejo, eu mostro”, este era o lema dos relatos, que começaram a brotar no mundo virtual sob a égide da credibilidade de testemunhos. “Um modelo digital não é *lido* ou *interpretado* como um texto clássico, ele geralmente é *explorado* de forma interativa” (LEVY, 1993, p.122).

“Quem ensina e quem aprende? Quem pede e quem recebe? Quem infere a partir de novos dados, conecta entre si as informações, descobre conexões? Quem percorre incansavelmente a trama labiríntica da rede? Quem simula o quê? Indivíduos? Programas agentes? Grupos conectados por *groupwares*? Operadores de todos os tipos. (...) Porque há muito que o saber se acumula, cresce e fermenta, se altera e se estraga, funde e bifurca em uma grande rede mista, impura, fervente, que parece pensar por conta própria” (LEVY, 1993, p.132).

Assim, a pluralização de ofertas de pontos de vista se deu a partir do deslocamento das vozes oficiais, aquelas personificadas pelos jornalistas dos grandes conglomerados midiáticos, às vozes dos cidadãos comuns que, concordando ou não com a razão das manifestações, disseminavam seus olhares e impressões obtidos na vivência das situações descritas ou, apenas, construídos na observação das informações disponíveis. Cada manifestante apresentava uma nova versão, cada morador, cada comerciante, cada transeunte, incitando de maneira intensa a participação ativa do público, que não mais era direcionado (ou condicionado) por abordagens escassas e superficiais de veículos específicos, mas deparava-se com uma vasta gama de narrativas disponíveis para análise seletiva – vale destacar, versões essas muitas vezes contraditórias entre si e opostas ao discurso da mídia tradicional. Foi necessário, então, questionar-se, interpelar-se pelo *verdadeiro*.

Um modelo digital normalmente não é nem ‘verdadeiro’ nem ‘falso’, nem mesmo ‘testável’, em um sentido estrito. Ele apenas será mais ou menos útil, mais ou menos eficaz ou pertinente em relação a este ou aquele

objetivo específico. Fatores muito distantes da ideia de verdade podem intervir na avaliação de um modelo: a facilidade de simulação, a velocidade de realização e modificação, as conexões possíveis com programas de visualização, de auxílio à decisão ou ao ensino (LEVY, 1993, p.121).

Para Nietzsche (2002), *é preciso ter ainda um caos dentro de si para poder dar à luz uma estrela dançante* e é a partir de uma profunda crise dos fundamentos e dos enunciados que se pode pensar em uma nova estruturação da cobertura jornalística no Brasil, consolidada, anos a fio, por um sistema de poder excludente e filtrante, de origens monopolistas e aristocráticas, que condicionava discursos e público a vieses pouco interativos. Decretada a falência da Verdade e da representação em detrimento à lógica dos simulacros, a opinião se estabelece, novamente, como um instrumento de inserção social: é preciso *escolher*, é preciso *saber*, pois não há mais uma única interpretação previamente concebida acerca dos fatos, uma interpretação absoluta e inequívoca, nem mesmo quando se trata dos *acontecimentos jornalísticos*, por muito delegados incorruptíveis. Essa possibilidade de múltiplas vozes dissonantes, embora simultâneas, ampliou o caráter opinativo em detrimento do exclusivamente informacional, além de abrir precedente para que outros dispositivos ganhassem maior visibilidade na rede, como foi o caso da iniciativa *Mídia Ninja*, com modelo de transmissão “sem corte e sem censura”, em tempo real, direto das ruas.

A *Revolta do Vinagre* – nome de batismo conferido ao movimento pelos envolvidos, já que o vinagre era a única substância capaz de amenizar os efeitos do gás lacrimogêneo lançado pelos policiais contra os manifestantes – incorporou ares de revolução, atingindo não só os símbolos físicos do poder político-econômico vigente – Congresso Nacional, Assembleias Legislativas, Câmaras Municipais, agências bancárias e lojas de departamentos – com os *Black Blocs*, mas também e, principalmente, os símbolos abstratos das rédeas da contemporaneidade: sedes de emissoras de televisão e dos jornalões, que, ao longo deste período, vêm sendo questionados e, por vezes, *desmentidos*.

A *Mídia Ninja* é um bom exemplo desta *nova configuração*, não só pela visibilidade que alcançou em suas transmissões, mas por ter sido o primeiro coletivo a impactar, de fato, o imaginário social. Ao transmitir, ao vivo, os confrontos entre a Polícia Militar e os manifestantes na cidade de São Paulo, no dia 18 de junho, atingiu a extraordinária marca de cem mil espectadores. Hoje, já soma 227 mil seguidores¹² em sua página na internet – um

¹² Dados auferidos a partir do perfil do coletivo no Facebook. Último acesso em 27 de novembro de 2013, às 20h03.

salto extraordinário para apenas seis meses. Esse modelo direto e colaborativo agrega quantos voluntários se interessarem pelo projeto, seja para organizar reuniões ou debates, arrecadar verbas e equipamentos, monitorar acessos ou, até mesmo, ocupar as funções de repórter, fotógrafo, editor ou similares. Sem fins lucrativos, eles se sustentam através de parcerias e doações, fazendo de seus equipamentos pessoais as ferramentas de trabalho.

Este é o perfil: jovens, de orientação política esquerdista ou de tendências anarquistas, usuários assíduos de redes sociais, amantes da tecnologia e do jornalismo, sendo, em esmagadora maioria, estudantes ou profissionais da área. “O suporte da informação torna-se infinitamente leve, móvel, maleável, inquebrável. O digital é uma matéria, se quisermos, mas uma matéria pronta a suportar todas as metamorfoses, todos os revestimentos, todas as deformações” (LEVY, 1993, p.103-104). As transmissões ninjas são feitas quase sempre por celulares e dispositivos 4G e o imprevisto não é exceção, mais regra. Como olhos, as câmeras escolhem ângulos, situações de confronto específico e personagens ícones para filmar, não se eximindo, portanto, de significativa parcialidade. Para eles, o objetivo é transportar o espectador ao local do acontecimento, o que, romantismos à parte, sabemos ser impossível. Apesar de apresentar limites intransponíveis, a qualidade do trabalho é diretamente proporcional ao comprometimento e à possibilidade de ofertar ao público correntes de um jornalismo completamente diferente, em conteúdo e formato, daquele através do qual a mídia tradicional o bombardeia diariamente.

De um lado, a mídia tecnicamente isenta de opiniões e pareceres, tradicional, cuja orientação pós-1950 é de apenas informar, embora sua atividade esteja repleta de jogos de poder e sentido. Em oposição, as investidas do midiativismo, que propõe uma mídia livre e independente, zelando pelo “faça você mesmo” ao invés de se prender a amarras contratuais por vezes paralisantes. Advindas do universo do *jornalismo-cidadão*, essas *novas mídias* fazem valer os preceitos de um *outro* jornalismo, não mais unidirecional e vertical, mas em rede e multipolarizado. Ainda embrionárias? Sem dúvida. Mas diante das atuais circunstâncias, traçam projeções um tanto quanto promissoras, apresentando ao público e aos próprios repórteres, que agora se revezam entre emissores e receptores das mensagens, diferentes meios de se produzir e distribuir notícias.

Considerações Finais

Uns detentores da técnica, dos recursos financeiros. Outros munidos de emoção, ideais e força de vontade. Este é o caminho para se perceber a dimensão da transmissão de

um fato em suas deformações e distorções, mas também em suas representações mais fiéis. Nesta história, não existe *certo* ou *errado*, apenas pontos de vista, que variam mediante circunstâncias e atores sociais. A valorização da multiplicidade do mundo enquanto tal, da vida, dos indivíduos e de suas faculdades clama por uma igual pluralidade de versões, não para dizer que todas se equivalem e, sim, para experimentar as tensões existentes entre elas, empenhando-se na ação – ação de informar, ação de transmitir, ação de reinterpretar. É pelo conjunto de possibilidades do acontecimento que nos aproximamos dele. Cabe a nós zelar para que esta diversidade se fortaleça e assuma, por direito, lugar cativo em meio ao fazer jornalístico, seja ele exercido em vias independentes ou corporativas.

Referências bibliográficas

AMARAL, Marcio d'. **Sobre Tempos e História**: o paradoxo pós-moderno. In: LEÃO, Emmanuel Carneiro. *Pensamento do Brasil*, v.1. Rio de Janeiro: Hexis, 2010, p. 351-369.

BARBERO, Jesus-Martin. **Razón técnica y razón política**: espacios/tiempos no pensados. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, ano 1, n.1, Julio/Diciembre 2004. São Paulo: ALAIC, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.

BURKE, Peter. **História social do conhecimento II** – Da Enciclopédia à Wikipédia. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

CARVALHO, Aloysio. **O caso Última Hora e o cerco da imprensa ao Governo Vargas**. Niterói: Editora UFF, 2012.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. São Paulo: Graal, 2012.

_____. **Ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2008.

FREIRE FILHO, João; VAZ, Paulo (orgs.). **Construções do tempo e do outro** – Representações e discursos midiáticos sobre a alteridade. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

NIETZSCHE, Friederich. **O Crepúsculo dos Ídolos**. Porto Alegre: L&PM, 2009.

____. **Assim falava Zaratrusta**. E-Book: eBooksBrasil.com, 2002.

PLATÃO. **Górgias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, Vozes, 2006.

____. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.