

#VemPraRua: Narrativas da Revolta brasileira

Fábio Malini, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, fabiomalini@gmail.com

Fábio Goveia, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, fabiogv@gmail.com

Patrick Ciarelli, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, pciarelli@lcad.inf.ufes.br

Lia Carreira, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, liacarreira@gmail.com

Gabriel Herkenhoff, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, gabriel.herkenhoff@gmail.com

Lorena Regattieri, University of Alberta, Brasil, regattie@ualberta.ca

Marcus Vinicius Leite, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, leite.marcus@gmail.com

GI1: Comunicación Digital, Redes y Procesos

Resumo

Neste artigo, apresentaremos resultados das pesquisas desenvolvidas no Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), da Universidade Federal do Espírito Santo, a partir da extração de grande volume de dados sobre as mobilizações políticas no Twitter. A metodologia usada baseia-se nos estudos de análise de redes complexas e imagens, explorando a interdisciplinaridade entre a computação e as humanidades, para produzir significados dessa abundância de dados disponíveis online. As pesquisas sobre o fenômeno #VemPraRua abordam aspectos distintos de uma mesma temática narrativa: as imagens, os textos e as relações entre sujeitos, na internet, ocorridas no Brasil em junho de 2013. Tanto para a narrativa visual, quanto para a textual, apresentamos visualizações que dão sentido aos acontecimentos ao redor da *hashtag* #VemPraRua. Concluímos, assim, com alguns apontamentos sobre os múltiplos pontos de vistas que formam uma antropologia política em que a ação coletiva, ao mesmo tempo, reúne os conteúdos em *hashtag*, nos apresentando assim uma genealogia da “Revolta Brasileira”.

Palavras-chaves: Imagem; Cibercultura; Manifestações; Rede; #VemPraRua

Introdução

Os protestos que se sucederam com maior força ao longo dos meses de junho à julho de 2013 no Brasil tornaram latente uma série de disputas políticas, econômicas e sociais. Ao mesmo tempo, intensificaram uma série de relações entre sujeitos, espaços e práticas a partir de uma partilha de reivindicações comuns. Diz-se que foram manifestações que marcaram o país. De fato, com mais de seis meses de sua ocorrência, ainda encontramos os vestígios de uma batalha travada não somente por melhorias e direitos constitucionais, mas também por territórios, narrativas e afetos. Nas ruas ainda vemos os grafites e pixações com frases de descontentamento e de provocação: “Os muros só deveriam existir para expor as reivindicações grafitadas do povo”, já espalhava o poeta Manoel Affonso de Mello pela cidade de Recife.

Neste artigo, buscamos apresentar dois cortes de análise: a circulação de texto e de imagens vinculados à hashtag do #VemPraRua no Twitter. Os protestos que se sucederam com maior força ao longo dos meses de junho à julho de 2013 no Brasil tornaram latente uma série de disputas políticas, econômicas e sociais. Ao mesmo tempo, intensificaram uma série de relações entre sujeitos, espaços e práticas a partir de uma partilha de reivindicações comuns. Diz-se que foram manifestações que marcaram o país. De fato, com mais de seis meses de sua ocorrência, ainda encontramos os vestígios de uma batalha travada não somente por melhorias e direitos constitucionais, mas também por territórios, narrativas e afetos. Nas ruas ainda vemos os grafites e pixações com frases de descontentamento e de provocação: “Os muros só deveriam existir para expor as reivindicações grafitadas do povo”, já espalhava o poeta Manoel Affonso de Mello pela cidade de Recife.

Objetivamos contribuir com esse estudo para o desenvolvimento das pesquisas que possuem como problema metodológico a análise de grandes quantidade de dados extraídos das redes sociais, ao descrever as etapas que envolvem esse tipo de pesquisa e ao apontar para suas potencialidades enquanto método de análise. Apresentamos, portanto, uma análise semântica a partir dos textos coletados no Twitter, e outra voltada a compreender a viralização das imagens publicadas nesta mesma ferramenta *online*. Os textos e imagens criados pelos perfis no Twitter, agregados em torno da hashtag #VemPraRua, contribuem para gerar múltiplas narrativas dos protestos, não apenas porque colaboram por ecoar aclamações ou indignações, mas também porque criam mapas de rotas, cartazes informativos/convocadores, reflexões, provas e registros de abusos de autoridade. Essas *hashtags*, dentro da dinâmica da folksonomia (o modo popular de nomear e classificar um conteúdo na rede através de uma *tag*), assumem o papel de concatenadoras de narrativas, desestabilizando e reestruturando a narratividade da mídia dita tradicional ao fazer “[...] da vida e da história as condutoras do tempo real, ao não paralisar o tempo, mas apropriar-se dele e reterritorializá-lo como

uma narrativa coordenadora da ação coletiva” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 188).

A dupla forma do #VemPraRua: genealogias das revoltas brasileiras

A multiplicidade de *hashtags* encontradas a partir da coleta desses dados no Twitter é de fato sintomática do movimento multifacetado que ocorreu a partir de junho no Brasil, em função da proporção nacional que assumiu e pela diversidade de agendas políticas trazidos por diferentes movimentos sociais. Dentre as *hashtags* mais utilizadas pelos manifestantes, o #VemPraRua destaca-se pelo peso convocatório adquirido ao longo dos meses de junho a outubro. Nos muros, nos cartazes, nas mensagens e imagens publicadas *online*, e também na mídia. Como mostra o Gráfico 01, que revela a quantidade de *tweets* ao de cinco meses, houve um crescimento vertiginoso do número de mensagens com a *hashtag* #VemPraRua do dia 15 para o dia 17 de junho, momento no qual o fluxo atinge seu ápice, chegando a 140 mil mensagens no dia 17, e depois decresce apresentando um outro pequeno pico somente no dia 20 até se estabilizar em torno das 15 mil mensagens diárias durante o mês. Devido à sua importância para o desenvolvimento desses acontecimentos, esta *tag* é ponto de partida fundamental para uma análise das relações e das produções em rede desse movimento.



GRÁFICO 01 - Quantidade de *tweets*/dia do #VemPraRua do dia 15 de junho a 30 de outubro de 2013

O bordão, o grito e a hashtag #VemPraRua não nasceram em 2013. O "Vem Pra Rua Vem" é entoado nas manifestações do país desde o começo dos anos 2000, quando as lutas pela qualidade do transporte público (sobretudo aquelas ligadas a exigência de passe livre para estudantes) e a

mobilidade urbana se transformaram em principais causas dos conflitos mais violentos nas ruas das cidades brasileiras. Ele origina-se no Movimento Passe Livre (MPL) e é usado, nas passeatas, para invitar os olhares curiosos de cidadãos para dentro da performance do cortejo ativista.

O "Vem, Vem, Vem Pra Rua Vem Contra o Aumento" é um grito que conserva uma dupla provocação no contato de ativistas com as pessoas que estão na cidade. A primeira é de instigar o outro que apenas observa a manifestação a se questionar sobre a posição política passiva diante de um conjunto de reivindicações políticas. A segunda provocação denota um cunho convocatório, que impele à reunião e à ocupação do espaço público, abrindo o acesso à manifestação para aqueles que hesitam dela participar.

Ao analisar a genealogia das Jornadas de Junho, o Vem Pra Rua Vem, primeiro, em sua *forma-rua*, advém de um acúmulo de lutas nacionais contra o aumento da tarifa de ônibus e/ou trem nas cidades de Florianópolis, Joinville, Porto Alegre, Vitória, Teresina, Natal, Aracajú, onde fortes conflitos sociais entre ativistas e a Polícia Militar nas ruas fizeram com que as agendas locais fossem rapidamente tomadas, nas eleições de 2012, pela temática desses movimentos: passe livre, ciclovias, ampliação dos serviços de transporte público e mobilidade urbana, ou seja, aquilo que os militantes resumiam no slogan "*uma vida sem catracas*".

Já, em sua *forma-Rede*, o Vem Pra Rua apareceu, em 2013, no cartaz convocatório do MPL/SP, em sua página¹ no Facebook, que dizia: "Vem pra rua vem, contra o aumento!". Naquele momento, o MPL marcava um Ato contra o aumento das passagens de ônibus, do Metrô e da CPTM, para o dia 06 de junho. Essa convocação é do dia 19 de maio de 2013 e obteve 21 compartilhamentos no Facebook. É a partir desse post que a história da escalada de "grandes atos" na capital paulista, que vão articular a rua e a rede, pode ser contada. Ou que podemos conceituar de forma dupla das lutas contemporâneas. Na *forma-rua*, as conquistas resultam do trabalho político dos atores sociais em constranger os atores de governo, à base de barulho, ocupação de ruas e praças e de intensas ações radicais. Na *forma-rede*, os atores sociais constroem eventos virtuais, transmissões ao vivo, ataques DDOSs, posts multimídias, que visam permitir aos que estão no sofá a comoção irradiada das ruas, contagiando-os para que a audiência viralize posts, comente vídeos ao vivo e confirme participação em eventos virtuais.

A estratégia virtual se embasa na técnica do compartilhamento, o que amplifica sua repercussão social. Foi uma ação de circuvizinhança (amigo compartilha conteúdo para amigos) que produziu uma corrente de micro-opiniões que criaram a sensação que os protestos em Belo Horizonte aconteciam tal como em São Paulo, que aconteciam tal como no Rio de Janeiro, que aconteciam tal como em Manaus, que aconteciam como em Pernambuco, enfim, num

¹ Com cerca de 300 mil seguidores, a página do Movimento Passe Livre São Paulo foi criada no dia 05 de junho de 2011. <https://www.facebook.com/passelivresp>

encadeamento coletivo cujo principal resultado é a transformação de uma determinada causa em grande agenda de opinião internacional, atraindo o interesse dos grandes veículos de comunicação, que pressionados pela audiência, rompem o seu silêncio habitual sobre as pautas dos movimentos sociais e reproduzem “últimas notícias” para o “seu público”. É, nesse momento, que o que está apenas na rede volta para as ruas. E o ciclo comovente se reinicia, num reload permanente. Se antes, como apontava Gabriel Tarde (1992), o jornal unificava no espaço e diversificava no tempo as conversações dos indivíduos, hoje, esse papel é feito pela internet.

Análise de rede #VemPraRua: aspectos metodológicos na análise de rede

Para a realização da análise semântica, optamos por trabalhar com as mensagens que circularam no Twitter entre os dias 15 e 17 de junho. A escolha dessa rede social deve-se a uma questão técnica: o Twitter possui a API (*Application Programming Interface*) aberta, permitindo o desenvolvimento de aplicativos que podem usufruir das informações disponíveis na rede. Desse modo, torna-se possível fazermos uma busca no Twitter e recolher todas as mensagens ligadas a determinados termos de busca. Por outro lado, o recorte temporal foi uma opção metodológica que nos permite analisar a rápida “escalada” no volume de mensagens na rede nos dias que antecederam a primeira grande manifestação nacional da “jornada de junho”, como vimos no Gráfico 01.

Além disso, trabalhamos especificamente com a rede formada pelos *retweets*, posto que, em uma rede de mobilização – como é o caso do #VemPraRua –, a principal maneira de difusão de informação e criação de relações é por meio do compartilhamento de mensagens. A extração foi feita por meio da plataforma YourTwrapperKeeper (YTK), *software* utilizado em servidores que nos permitiu capturar e armazenar os quase 70 mil RT's produzidos por cerca de 60 mil perfis entre os dias de monitoramento. O passo seguinte foi a utilização do *software open source* Gephi de análise de redes complexas, que nos possibilitou criar visualizações e aplicar métricas capazes de fornecer a dinâmica de formação e funcionamento da rede ligada à *hashtag*. Por último, fizemos uma segmentação temporal da rede com o objetivo de criarmos uma cartografia que nos permita notar a “escalada” do fluxo de mensagens e alguns aspectos da semântica dos dias monitorados.

A realização da análise da semântica do #VemPraRua ocorreu por meio da utilização de um *script* desenvolvido no âmbito do Laboratório de Estudos em Imagem e Cibercultura (Labic), o “script_Nar_T”. Como orientação metodológica das análises, partiu-se da compreensão de que o desenho de uma rede depende do acontecimento e, portanto, sua dinâmica não é fixa, possuindo uma variação ao longo do tempo. Ou seja, os papéis não são dados de antemão, mas assumidos ao longo do processo de mobilização. Nesse sentido, nosso trabalho relaciona-se ao que Gilles Deleuze chamou de *cartografia*, de “fazer o mapa, não o decalque (DELEUZE & GUATARRI, 1995, p.22).

A questão central não é apontar para uma hierarquia entre métricas ou mesmo entre nós, mas as diversas capacidades de “agenciamento” dos atores para se referir às associações, trocas e afetos próprias de nossa sociabilidade. A escolha da métrica de Autoridade deu-se pelo fato de que ela, em grande medida, coincide com a métrica de grau de entrada, ou seja, mostra os atores mais “populares” (os que obtiveram mais mensagens compartilhadas) que tem boas conexões com *hubs* na rede. Por outro lado, a Centralidade de intermediação favorece a observação da capacidade de um nó intermediar o fluxo de informação para uma determinada parte da rede, dito de outro modo, a intermediação apresenta os *brokers*, nós que garantem o espalhamento da mensagem para uma parte da rede. Na Imagem 01, a autoridade de um nó é representada pelo seu tamanho, de maneira que quanto maior o nó, maior grau de autoridade o mesmo possui. Já a centralidade de intermediação foi representada pela cor do nó, dessa forma, foi estabelecida uma escala que vai do amarelo para o vermelho, passando pelo azul, sendo que os nós amarelos possuem a menor intermediação e os vermelhos a maior.

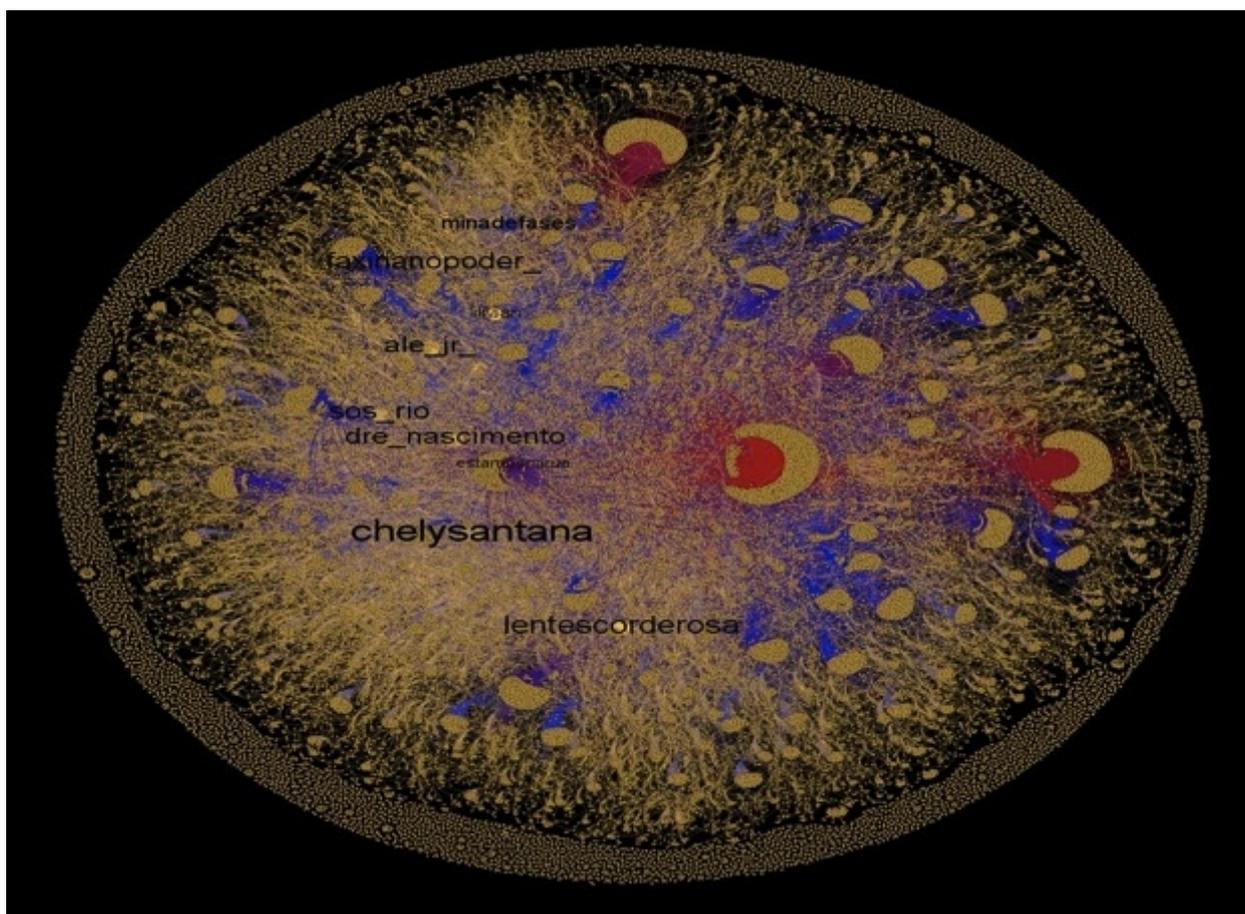


IMAGEM 02 – Grafo de rede de Rts do #VemPraRua no qual as autoridades estão representadas pela cor dos nós e as intermediações pelo tamanho

Em primeiro lugar, percebe-se pelo desenho da rede que os perfis de “celebridades” tiveram papel de destaque na configuração da rede. Das dez maiores autoridades, 6 possuem tal

característica: @marcelotas, humorista e apresentador do programa de TV CQC; @chayleao, músico e, naquele período, VJ da MTV Brasil; @fepaesleme, atriz; @mionzinho_, humorista e apresentador de TV; @bgagliasso, ator; e @sergueirock, músico e personagem da cena cultural *trash*. Algumas possíveis explicações para tal fato são: esses perfis possuem muitos seguidores, em grande medida, pela reputação construída na mídia tradicional; os adolescentes continuam povoando amplamente o Twitter; e, em um momento de expansão, tais figuras são canais de difusão das manifestações para um público mais amplo, para além do círculo de ativistas ligadas ao Movimento Passe Livre ou a partidos simpáticos ao mesmo. Cabe ressaltar também que já nessa fase intermediária da “jornada de junho” perfis coletivos ligados às manifestações apareceram como autoridades, dois deles merecem citação: @estamosnarua, perfil de mobilização ligado ao passe livre; e @bhnasruas, perfil informativo e de organização dos manifestantes de Belo Horizonte.

No que diz respeito à centralidade de intermediação, nota-se que sujeitos bastante diferentes das autoridades cumprem tal papel. Os nós que permitem o fluxo de informação para partes mais afastadas da rede tem, em sua maioria, relativamente poucas conexões e diversos deles são perfis de adolescentes que contribuíram para a difusão de mensagens relacionadas ao #VemPraRua, como é o caso de dois nós praticamente invisíveis na rede: @chelysantana, que possui apenas 50 conexões na rede, e @lentscorderosa, que possui apenas 14. Os dois nós que possuem centralidade alta, mas ao mesmo tempo funcionam como autoridades são: @estamosnarua e @minadefases - nó roxo no topo do grafo. Além desses dois, cabe destacar nós mais intermediários como é o caso de: @petiscos, perfil de uma jornalista de moda; @raqueiroga, humorista e ex-apresentador da MTV Brasil; e @fepaesleme, já citado anteriormente.

O vocabulário dos protestos: análise semântica de 500 mil tweets do #VemPraRua

Após essa observação dos aspectos estruturais da rede, é interessante fazermos um processo de imersão na análise semântica dos 500 mil tweets vinculados ao #VemPraRua. Apesar do *hashtag* #VemPraRua não se configurar propriamente como uma rede marcada por uma polêmica ou ampla discussão de temas, uma vez que ela está mais ligada a uma convocação do que à problematização de uma questão específica, o uso de determinados termos mostra uma disputa pelo sentido do movimento. A Imagem 03 apresenta uma nuvem das *hashtags* mais utilizadas em co-ocorrência com o #VemPraRua entre os dias monitorados para o presente trabalho.



IMAGEM 03 - Nuvem com as *hashtags* mais utilizadas entre os dias 15 e 17 de junho de 2013

Ao observarmos as *hashtags* ligadas ao #VemPraRua, notamos que se destacam quatro grupos de *hashtags*: aquelas que tem caráter convocatório, as que tem caráter informativo, as que expressam um desejo e as que expõem uma crítica - o que não significa que não haja imbricações entre tais categorias. Funcionam como quatro modos de existência dentro da produção memética em redes de ação coletiva: [CON], [INF], [DES] e [CRI].

No modo *CON*, estão *hashtags* como #AcordaBrasil, #changeBrazil, #VemPraJanela e #mudabrazil, que muitas vezes eram publicadas sem qualquer outro complemento textual ou imagético e tinham o objetivo de difundir a manifestação nas *timelines*.

No modo *INF*, podemos destacar as *tags* territoriais, que eram usadas para fornecer informações de dentro das manifestações para quem estava acompanhando em casa e para ajudar na organização do movimento em tempo real. Nesse caso, a utilização da indexação como #protestoBH, #protestoSP, #protestoRJ, #protestoES se tornou um maneira de organizar o fluxo informativo intenso de conteúdos nas redes sociais, territorializando as informações, possibilitando assim uma arquitetura informativa em que o cidadão conseguia filtrar as mensagens em função dos locais dos protestos.

No modo *DES*, o léxico das *hashtags* denotam vontade coletivas de enunciar mais democracia, mais produção de direitos. A presença de #épordireitos, #wewantrights, #queremosdemocracia, podem não apresentar uma reivindicação específica, mas colocam em cena um desejo por mais democracia por mais que esta se coloque sob crítica.

Por fim, no modo *CRI*, o vocabulário ativista define seus adversários, particularmente políticos e à mídia, como aparece em #votodeprotesto, #fodasseacopa, #AbaixoRedeGlobo,

#desliguesuatv e #lulaéocancerdobrasil.

Para entendermos um pouco melhor as narrativas colocadas em cada um dos dias monitorados, faremos a seguir uma análise temporal do #VemPraRua.

Análise temporal do #VemPraRua: a temperatura e a profusão das imagens e textos do #VemPraRua

Como vimos no Gráfico 01, entre os dias 15 e 17 de junho de 2013, há um aumento substancial do volume de mensagens contendo a *hashtag* #VemPraRua. A Imagem 04, que pode ser vista a seguir, apresenta essa evolução no que diz respeito ao volume de compartilhamento de mensagens noTwitter, sendo o menor grafo referente ao dia 15 e, progredindo em sentido horário, até o maior referente ao dia 17. Esses grafos mostram que, como era de se esperar, o crescimento do volume de tweets foi acompanhado pelo aumento das interações por meio de RTs. Cabe-nos agora, analisar as *hashtags* e termos mais utilizados em cada um dos dias.

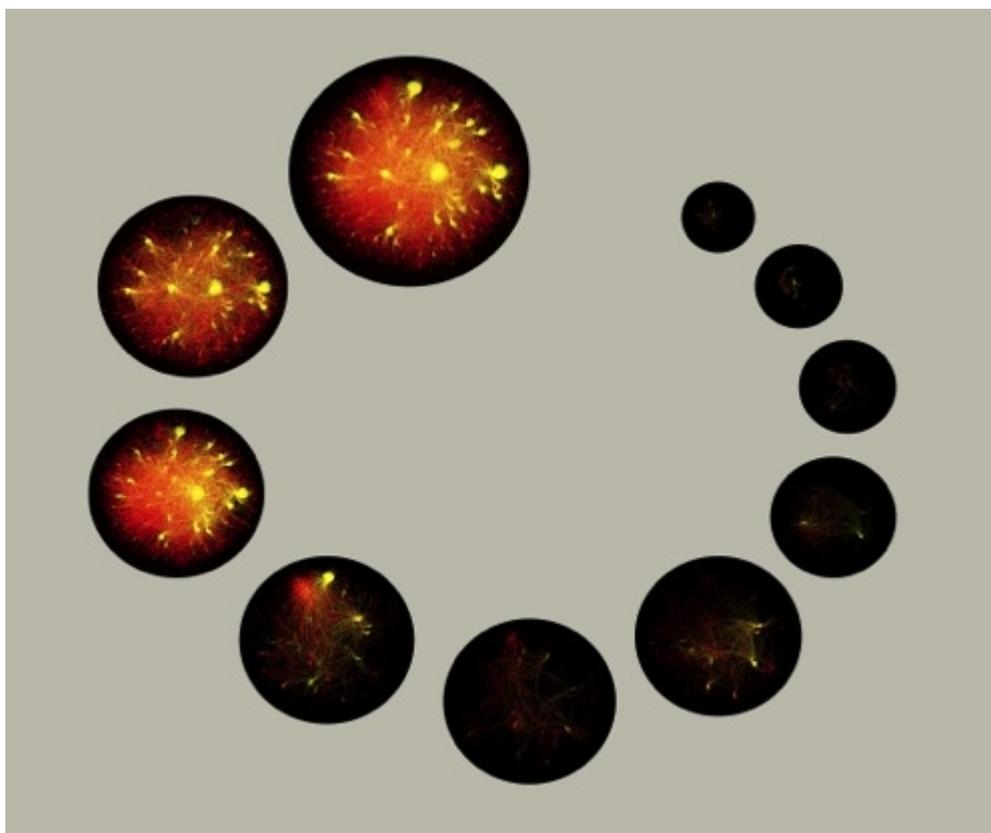


IMAGEM 04 - Evolução da Temperatura rede de compartilhamento de mensagens com o #VemPraRua no Twitter entre os dias 15 e 17 de junho.

A nuvem de *hashtags* do dia 15 – Imagem 05 – apresenta termos que revelam um pouco da

O imaginário do #VemPraRua: as imagens como memes

Diferentemente da análise semântica, para a análise das imagens coletadas a partir da hashtag #vemprarua no Twitter, optou-se por trabalhar com um recorte temporal que percorre do dia 15 de junho à 18 de julho, uma vez que a produção de imagens é menor do que a publicação de textos se consideradas no mesmo período. A fim de aplicarmos as teorias e metodologias recentes acerca das pesquisas envolvendo grande quantidade de dados, é crucial que trabalhemos com um *dataset* amplo, isto é, que nos forneça um grande volume com grande variedade de dados de rápida produção (lembrando aqui o conceito dos *3vs*). Para esta pesquisa foram coletadas 85.595 imagens.

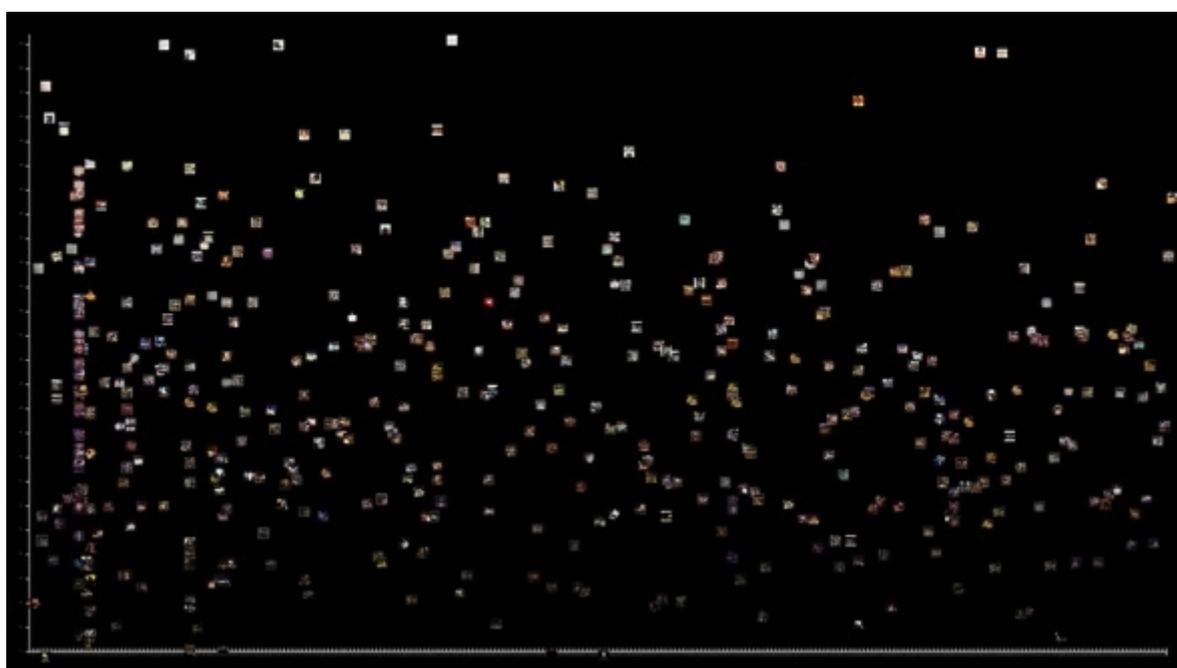


Imagem 08 – primeiras visualizações criadas com o programa ImageJ, a partir da macro ImagePlot, da hashtag #protestoes de junho de 2013: brilho médio x perfis de imagens do Instagram.

As primeiras abordagens do Labic com extração de imagens foram realizadas a partir de conjuntos de dados menores (de 500 a 1500 imagens). Dessa forma, independente do tamanho dos *datasets*, o método aplicado poderá ser o mesmo. As pesquisas iniciais, realizadas no princípio das manifestações de junho, envolveram a coleta de imagens do Instagram e do Facebook (GOVEIA, CARREIRA, 2013). A escolha do Twitter para as pesquisas mais recentes levou em conta, além da maior facilidade de acesso aos dados pela API citado anteriormente, a diversidade de fontes de imagens compartilhadas. O processo de coleta próximo ao desenvolvido para os dados textuais, já detalhado nesse artigo.

Com as imagens coletadas, passa-se então a propor e desenvolver modos de visualização, visando uma diversidade de formas de ver e de interagir com as imagens. Cada visualização criada

com os *datasets* disponíveis pode nos apresentar ferramentas e processos de leitura e interpretação diferentes. No Labic, utilizou-se em um primeiro momento programas de visualização de imagens já existentes, como o ImageJ² a partir da ImagePlot³. Atualmente, desenvolve-se aplicativos próprios, a fim de criar visualizações mais adequadas a cada tipo de *dataset* e de pesquisa do Laboratório.

Para a visualização das imagens do #vemprarua, utilizamos o ImageCloud, ferramenta criada no Labic, no qual se utiliza a quantidade de vezes que um único link fora postado. Com esses números, é possível dimensionar cada imagem, dentro de uma mesma visualização, a partir de sua frequência na rede analisada. Isto é, organiza-se cada imagem de um *dataset* com base na sua frequência de postagem. Na Imagem 09, observamos que quanto maior for a imagem, mais ela fora reproduzida em rede (contando não apenas postagens diretas no Twitter, como também seus RTs). Dentre essas imagens, podemos destacar as publicações feitas por perfis ditos de “celebridades”. Como apontado na análise anterior dos dados textuais, estas tomam novamente um papel de destaque na configuração desta rede. Já nas primeiras dez imagens, ao topo, são encontradas conteúdos inicialmente postados por pelo menos cinco desses perfis, entre eles os humoristas @rafinhabastos e @marcelotas, o ator @mrcoarelio, a atriz @lua_blanco e a cantora @manugavassi, isto sem considerar aqueles perfis que ganharam certa notoriedade a partir de suas postagens durante as manifestações. Ao estarem mais uma vez em destaque nas análises dos dados, a frequência dessas publicações corroboram com as hipóteses levantadas anteriormente em relação à relevância e ao alto número de seguidores dos perfis, à força dos jovens nas redes, e aos perfis catalisadores de compartilhamentos.

Ainda que à primeira vista, podemos notar que são também frequentes as imagens de cartazes nas ruas e de cartazes digitais, com dizeres de cunho convocatório ou de indignação. Outras recorrentes são as fotografias de confronto entre policiais e manifestantes, como também fizeram parte da abordagens da grande mídia. Estas imagens compõem a rede multifacetada de publicações e atores, que põem em destaque não somente uma disputa de direitos, mas de narratividade. Com suas câmeras nas mãos, milhares vão às ruas fazer seus registros e construir suas próprias narrativas dos acontecimentos. As imagens, por sua vez, publicadas e distribuídas de forma rizomática, circulam e se metamorfoseiam, podendo pertencer, ainda que momentaneamente, a conjuntos variados e amorfos. As redes que com elas se formam, compõem, juntamente com outras práticas e conteúdos, narrativas possíveis. O ImageCloud do #vemprarua aponta para essas narrativas, não lineares, das disputas não apenas social e política, mas igualmente por territórios,

2 Software de processamento e análise de imagens, desenvolvido por Wayne Rasband no National Institute of Mental Health, USA, em linguagem Java.

3 Software livre desenvolvido pela equipe do pesquisador Lev Manovich, do Centro de Pesquisa *Software Studies*, para visualizar coleções de imagens ou vídeos de qualquer tamanho. Ele é implementado como uma macro que trabalha com o programa de processamento de imagem ImageJ e está disponível para uso em <http://lab.softwarestudies.com/p/imageplot.html>

narrativas e afetos.

Há sobretudo uma narrativa sobre a rua e sua vivacidade contagiante num contexto fora do ordinário vivenciado pela população de todo o país nos meses de junho à julho de 2013. Ruas que antes eram silenciosas, escuras e vazias nos horários noturnos foram tomadas, no explodir das manifestações, por uma multidão estrondosa e eletrizante. Foram *tomadas*, ainda, no sentido fotográfico (como na expressão em inglês “to *take* a picture”): do “figurino” do manifestante, exposto tipicamente por meio das *selfies* ou das “imagens ego”, ao cenário de revolta e reação alastrada, a rua foi registrada pelas câmeras onnipresentes. Exposta largamente em rede, compartilhada por muitos e “mememificada”, a imagem enquanto registro da manifestação e da rua assume então sua função de buscar conservar o tempo de um feito histórico na memória, sendo constantemente reivindicada no presente e pronta para assombrar como fantasma o futuro, ao mesmo tempo em que é resignificada a todo instante por grupos diversos e em conflito.

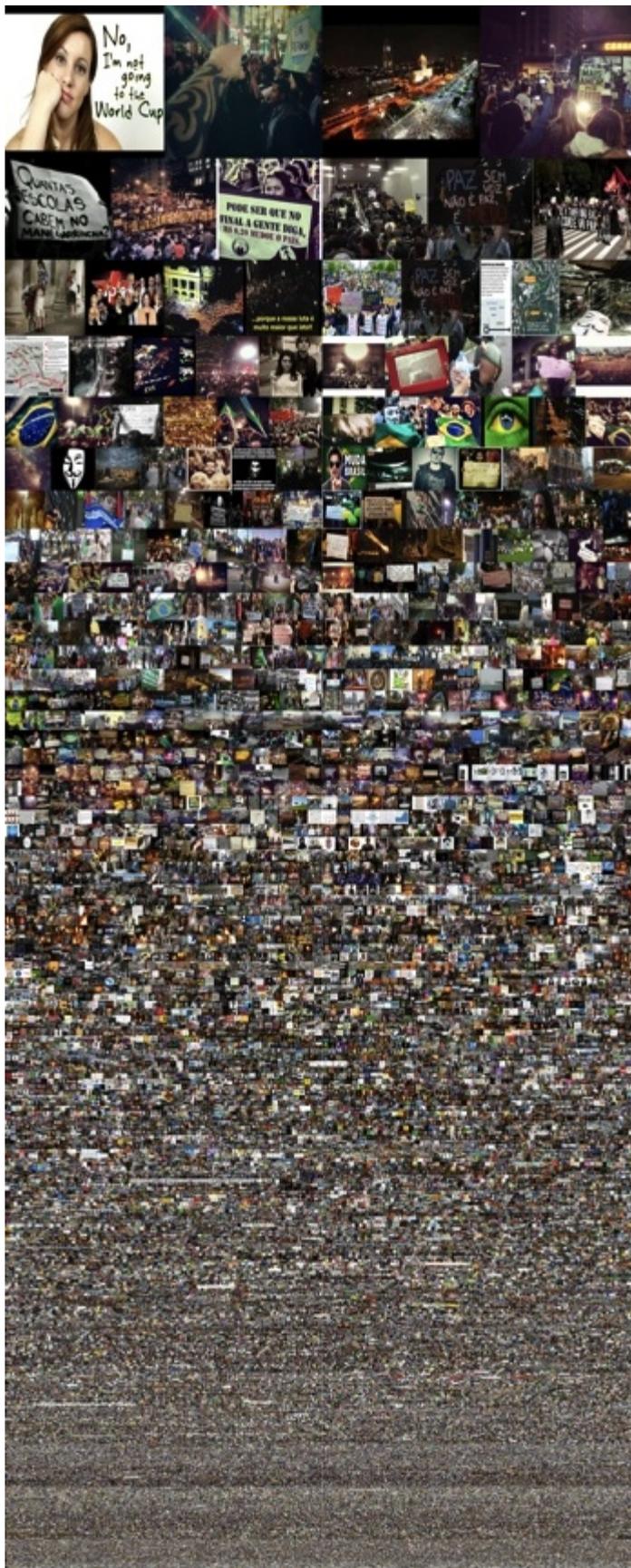


Imagem 09 - ImageCloud do #vemprarua: frequência das imagens postadas no Twitter entre os dias 15 de junho à 18 de julho de 2013⁴.

Vista enquanto documento, a imagem assume sua função histórica de atestar o acontecimento,

⁴ As visualizações exigem dispositivos mais apropriados para tal, que permita a ampliação dos gráficos e maior interações. Para melhor visualizar esta imagem, acesse: <http://www.labic.net/blog-2/pesquisa/imagens-do-protestoes-no-instagram-e-no-facebook-diferencas-visuais/>

servindo como prova disputada: ora apropriada pelas forças policiais que buscam na indicialidade a incriminação, ora apropriada por forças revolucionárias que vêm no compartilhamento das imagens, resistência. Ambas, contudo, ao buscarem a atestação da verdade na imagem, condenam o documento à dubiedade, fomentando o debate e dividindo opiniões. Enquanto imagens “sensatas”, como diria Roland Barthes (1984) - em contrapartida à imagem enquanto loucura, regida pela busca do realismo absoluto -, estas assumem igualmente sua potência do falso, do ilusório e do imaginário, para constituir-se como híbridas: fazem parte tanto de uma narrativa do real que se constrói literalmente à luz do que foi, quanto da construção narrativa de um imaginário coletivo das ruas em manifestação.

Considerações finais

As subjetivações inscritas nos protestos a partir de junho são filhas diretas da cultura das trocas e compartilhamentos p2p, pois que os "movimentos de junho" se moldam através de uma ação coletiva aberta e pública, em tempo real, na internet, ponto a ponto, num jogo de parcerias em que "muitos olhos geram poucos erros", para usar um mantra do movimento do software livre. A determinação de ninjas, de todo tipo, para enxamear as imagens das revoltas em diferentes ângulos, ao vivo, se explica pelo desejo de upar um ato público e dar a este uma grande dose de emoção, que, ao ser espalhada e comentada por “aqueles que estão no sofá”, produz um efeito extensivo de comoção social; esse ruído da rede na rua notifica e tensiona o mundo de políticos e empresários, que são submetidos a um "choque pesadelo", que, primeiro, devasta suas imagens e credibilidades; depois, os condiciona a uma pauta - da rede -, que não podem controlar de cima, afinal, são pontos de vistas múltiplos, em rede, que se antagonizam com os das figuras do poder, que, isolados, estão prontos para serem devorados, canibalizados. É como a "síndrome do pânico" fosse socializada com aqueles que estão na estrutura de poder, em estado de destemor, que se servem agora de psicotrópicos para manter-se de olhos fechados, enquanto o seu ponto de vista entra em devoração acelerada.

Esses pontos de vistas múltiplos formam uma antropologia política em que a ação coletiva, ao mesmo tempo, reúne os conteúdos em *hashtag* ("o nome do acontecimento") e é capaz de promover a dispersão, através do compartilhamentos e republicações do conteúdo, promovendo assim a viralização das revoltas. Reunir e dispersar são atos p2p absolutamente distintos do modelo tradicional de massa, mergulhado na concepção do "broadcasting", cuja chave de leitura dos protestos se baseia na narrativa da "síntese simplificadora". Nesta os sujeitos ativos nos conflitos das ruas são transformados em "fontes" estereotipadas/míticas (infiltrados, mascarados, vândalos,

manifestantes exaltados); a diversidade de acontecimentos é reduzida na procura pelo "mais importante" (ou seja, pelo fato do editor); e o ponto de vista das imagens é sempre criado a partir de cima: do alto do helicóptero ou de prédios.

Podemos apontar, em tons conclusivos, que temos cinco tipos políticos atuando com força nas redes sociais em momentos de mobilização social no país. Cada um forma um grande cluster social. O primeiro deriva de uma concepção de que a política deve servir aos interesses dos pobres contra todo tipo de desigualdade. E todos os meios (até uma "pequena" corrupção) justificam o fim. O segundo tipo defende os valores individuais contra o Estado. Há ainda: os indignados, os niilistas e as celebridades. Os indignados advêm dos novos atores políticos de 2013, que defendem que a política atual se afastou dos interesses populares e impede direitos de grupos sociais minoritários da democracia. O quarto tipo é o niilista, o que considera que não temos saída política. Um tipo que possui um desprezo por essa vida política que está aí. E a marca desse tipo é o uso do humor, mais cínico, para denunciar os jogos dos poderes que se perpetuam. E, por último, há as celebridades, o tipo popular espetacularizado na internet (onde se encontram artistas de massa, mas também muitos políticos). As celebridades, que antes faziam showmício nas campanhas, tem agora forte autoridade política em pautar seus fãs nas redes sociais. É uma influência de massa, fanática, porém, local, que gira sobre si mesmo. É nesse jogo de subjetividades políticas que a guerra eleitoral de 2014 acontecerá. E os novos movimentos acontecerão.

Bibliografia

DELEUZE, G. & GUATARRI, F. Mil Platôs Vol. 1. São Paulo: Editora 34, 1995

GOVEIA, Fábio; CARREIRA, Lia. Fotografia e Big Data: implicações metodológicas. In: XXXVI Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação Intercom, 2013, Manaus. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013>> . Acesso em: 15 jan 2014

LAZZARATO, Maurizio. As Revoluções do Capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2006.

Malini, Fábio. A batalha do vinagre. Labic. Publicado em: 14 de junho de 2013. Disponível em: <<http://www.labic.net/cartografia-das-controversias/a-batalha-do-vinagre-por-que-o-protestosp-nao-teve-uma-mas-muitas-hashtags/>>. Acesso em: 15 jan 2014.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais/ Fábio Malini e Henrique Antoun. – Porto Alegre: Sulina, 2013.

RHEINGOLD, Howard. Multitudes Inteligentes. Barcelona: Gedisa, 2004

TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992