

De manifestantes a vândalos, de *black blocs* a ninjas – as narrativas midiáticas reinventando a juventude nas manifestações de junho de 2013 no Brasil

Liége Freitas Barbosa

O trabalho tem como objetivo apresentar um recorte dos resultados da minha dissertação de mestrado que analisou a construção midiática das identidades jovens nas manifestações de junho de 2013 no Brasil. Inscrita no campo teórico dos Estudos Culturais em Educação, a pesquisa discutiu as implicações da cultura da mídia na produção de identidades dos sujeitos pós-modernos, buscando identificar as imagens de juventude que emergiram das narrativas midiáticas sobre as manifestações. O referencial teórico conta com autores como Hall, Barbero, Canevacci, Sarlo, entre outros. O caminho investigativo incluiu a análise de reportagens da revista *Veja* e do jornal *Folha de São Paulo* sobre as manifestações. Os resultados apontaram para quatro imagens-conceito de juventude que emergiram das narrativas de *Folha* e *Veja*: O jovem como manifestante; o jovem como vândalo; o jovem como *black bloc* e o jovem como produtor midiático ‘Ninja’.

Palavras-chave: Juventude, identidade, mídia, manifestações de junho de 2013.

Dizeres introdutórios

As manifestações de junho de 2013, também denominadas jornadas, revoltas ou mobilizações, foram uma onda de protestos populares que percorreu quase todo o Brasil com grande intensidade naquele mês. Os centros das cidades tiveram suas ruas tomadas por inúmeros atos de protesto que surpreenderam governo, mídia e sociedade, marcando a história política brasileira. Manifestações que começaram com estudantes protestando contra o reajuste da tarifa do transporte público e foram ganhando novos e diferenciados temas: pela qualidade dos serviços públicos de saúde, pela melhoria na qualidade das escolas e universidades públicas, contra a realização de megaeventos esportivos no Brasil, como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, contra a corrupção na política, entre tantas outras.

Fato é que, por tamanha magnitude, o junho de 2013 já é considerado um novo marco histórico para o país. Esses dias de movimentações populares foram caracterizados por um público diversificado. Havia pessoas de todas as idades, de crianças levadas por seus pais até idosos. Porém, apesar de os protestos terem aglutinado e mobilizado uma variedade de públicos, os indícios apontam terem sido os jovens que organizaram e lideraram as movimentações. No contexto da revolta popular, uma maioria de jovens tomou a frente dos eventos, liderando e articulando os protestos pela internet através das redes sociais (especialmente Twitter e Facebook).

O que se viu foi centenas de milhares de jovens assumindo um protagonismo que não acontecia nas ruas do Brasil desde o movimento dos “Caras-pintadas”¹, em 1992. Uma juventude da era da cultura pós-moderna², altamente conectada e tecnológica, que saiu da frente do computador e do interior de seus universos particulares para invadir a cena pública. Jovens que tomaram as ruas dos grandes centros urbanos e ocuparam os espaços públicos num cenário de grande desabafo coletivo, apartidário e de causas múltiplas. Tal atitude dos jovens em sair às ruas, vista como surpreendente, talvez se configure na quebra de um clichê sobre a juventude brasileira, uma vez que tal comportamento desestabilizou, confundiu e mexeu com uma imagem naturalizada, nos últimos tempos recorrente, de juventude amorfa, abúlica e “alienada”. Sendo assim, me parece que as identidades jovens expressaram, neste evento, um novo/outro posicionamento que foi mostrado, divulgado, repercutido pelas lentes da mídia.

Por terem se constituído em uma sequência de eventos ainda recentes na memória e história do país, as manifestações e seus jovens protagonistas suscitaram diferentes interpretações e relatos. A mídia nacional, tão atônita quanto a própria sociedade brasileira, estava no olho do furacão e parecia não saber como lidar com ele: redes de TV, jornais, revistas, sites de notícia e grupos de jornalismo independente buscavam a todo instante construir e afirmar suas representações sobre o fenômeno, num vai e vem de interpretações, posicionamentos e coberturas espetacularizadas.

Nesse sentido, levando em consideração um pano de fundo histórico e atual, um cenário onde os jovens foram os protagonistas e a ampla e diversificada cobertura midiática dos eventos, descortinou-se uma possibilidade de pesquisa para procurar mostrar e analisar como os jovens foram posicionados nas manifestações pelas lentes da mídia. O objetivo, portanto, foi investigar o que as narrativas midiáticas dos protestos de junho de 2013 disseram sobre as identidades jovens e que imagens-conceito de juventude emergiram delas. É importante pontuar que a intenção não foi analisar os

¹ Movimento estudantil brasileiro que ocorreu ao longo do ano de 1992. Teve como objetivo principal o impeachment do presidente do Brasil na época, Fernando Collor de Melo. O movimento baseou-se em denúncias de corrupção contra o presidente e em suas medidas econômicas impopulares. O nome “caras-pintadas” referiu-se à principal forma de expressão e símbolo do movimento: as cores verde e amarelo pintadas no rosto dos manifestantes. Fonte: Wikipedia, 2014.

² “Cultura pós-moderna” é entendida aqui como uma condição cultural do nosso tempo. Significa a vivência em um mundo contemporâneo profundamente marcado pelas novas tecnologias de informação e comunicação nas quais os jovens se veem integrados em relacionamentos virtuais e, assim, altamente familiarizados com a cibercultura. Um universo cujos acontecimentos ganham versões midiáticas cada vez mais espetacularizadas. acontecimentos em si. A pesquisa tratou justamente dos ditos sobre os fatos envolvendo os jovens, ou seja, das interpretações apresentadas pela mídia para narrar os acontecimentos, e

neles posicionar os jovens. Portanto, as análises debruçaram-se sobre o material midiático produzido nas e sobre as movimentações jovens do mês de junho, o período mais intenso de manifestações. Para isso, optei por trabalhar com reportagens do acervo digital de dois meios de comunicação impressos representativos no país: a revista *Veja* e o jornal *Folha de São Paulo*. A seguir, estabeleço algumas aproximações com as temáticas da juventude, identidades pós-modernas e mídia, na tentativa de traçar uma breve discussão teórica que, dentro dos limites propostos para este texto, possa dar certa sustentação às análises do material empírico que serão aqui apresentadas.

Juventudes, identidades pós-modernas e mídia - aproximações

A juventude, uma suposta fase de transição entre a infância e a vida adulta, é complexa e altamente privilegiada pela indústria cultural³ nos tempos atuais. Para os Estudos Culturais em Educação, o conceito de juventude é elástico e ultrapassa marcações etárias ou critérios biológicos, incorporando outras dimensões. A juventude é entendida como uma construção sociocultural que tem a ver com as experiências vivenciadas pelos sujeitos e como estas são significadas e narradas em cada contexto histórico-social. Dessa forma, pesquisas em Educação alinhadas aos Estudos Culturais apresentam diferentes abordagens para conceituar juventude e mostram os múltiplos modos de ser/estar/sentir-se jovem na contemporaneidade.

Tratar da juventude pós-moderna exige pensar sobre uma juventude multifacetada que vive em uma condição ambivalente na qual é possível ser muitas coisas ao mesmo tempo e em diferentes tempos. É também pensar sobre jovens que estão profundamente imersos na cultura da mídia e suas tecnologias. Para Barbero (2008), na empatia dos jovens com a cultura tecnológica o que está em jogo é uma nova sensibilidade cognitiva e expressiva, pois é em seus relatos e imagens, em suas sonoridades fragmentações e velocidades que eles encontram seu idioma e seu ritmo. Estaríamos vivenciando novas formas de juventude, novas formas de perceber e narrar a

³Embora “indústria cultural” seja um termo próprio da Teoria Crítica, com origem nos estudos frankfurtianos, continuo a adotá-lo mesmo trabalhando em uma perspectiva pós-estruturalista de análise porque considero que este conceito ainda tem vitalidade para tratar dos produtos criados, produzidos e distribuídos na sociedade de consumo visando o grande público, a massa consumidora. Para Kehl (2007), vivemos em uma sociedade pautada pela indústria cultural, na qual as identificações se constituem por meio de imagens industrializadas (p. 93).

identidade. “São identidades com menos temporalidade e mais precárias, mas também mais flexíveis, capazes de fazer conviver em um mesmo sujeito, elementos de universos culturais muito diferentes”, afirma o autor (p.10).

Na contemporaneidade habitamos novas/outras configurações seja no mundo do trabalho, no âmbito familiar e nas relações interpessoais e de gênero, onde não é mais possível conceber a compactação ou limitação de identidades engessadas e fixas (CANEVACCI, 2005, p. 18). Pelo contrário, as identidades se mostram nômades, instáveis e flexíveis, como construções momentâneas do nosso tempo, sempre renováveis. Na visão de Hall (2006), na pós-modernidade as identidades se transformam em celebrações móveis, uma vez que as nossas identificações vão sendo constantemente deslocadas. Ou seja, as identidades se movem, se constituem e se modificam o tempo todo de acordo com os sistemas culturais em que se inserem, segundo as formas pelas quais são interpeladas e representadas na cultura (p. 12). Quanto mais diversos os sistemas culturais de representação e significação, mais múltiplas, desconcertantes e cambiantes são as identidades possíveis com as quais nos deparamos.

Pensando sobre a juventude que foi às ruas em junho de 2013, é válido reafirmar o papel dos meios de comunicação já que estes não se limitaram a retratar os jovens que lá estiveram. No processo de narrar a juventude nos protestos, a mídia também constrói, inventa e institui determinadas identidades jovens, naturalizando certas imagens e estereótipos que são incorporados às suas narrativas. Dessa forma, as múltiplas identidades jovens se constituem em um ambiente comunicacional que constantemente nos interpela e constrói representações acerca dessas identidades. Acredito que a perspectiva dos Estudos Culturais em Educação, ao conceber a questão das identidades enquanto celebrações móveis, fluídas, instáveis, cambiantes e renováveis, oferece as condições para a leitura mais atenta acerca de como as narrativas midiáticas falaram dos jovens nas manifestações.

No período dos protestos, a conduta da mídia nacional foi um ponto relevante tendo em vista a ampla repercussão das manifestações em redes de TV, revistas, jornais e sites da internet. No contexto da espetacularização e visando dar conta dos acontecimentos e do protagonismo jovem, a mídia apresentou como característica marcante a ambivalência de discursos e práticas nas notícias, ou seja, não caminhou em uma única direção nem com uma única intencionalidade. Ao contrário, essas ambivalências na cobertura midiática dos eventos e as diferentes interpretações apresentadas nas narrativas demonstraram a diversidade da produtividade da mídia. E são esses diferentes elementos dos discursos contemporâneos que vão nos constituindo como sujeitos desse tempo.

Imagens da juventude do nosso tempo: as identidades nos protestos midiaticizados

As reportagens de *Folha* e *Veja* foram exploradas através de eixos de análise que apontaram para a emergência de quatro imagens – conceito⁴ de juventude: O jovem como manifestante; o jovem como vândalo; o jovem como *black bloc* e o jovem como produtor midiático “Ninja”. Ao longo das análises foram dados determinados enfoques que visam atender a alguns objetivos específicos, tais como: detectar evidências do comportamento cambiante da mídia e apontar se há indícios de ambivalência nas narrativas; destacar aspectos do repertório vocabular que a mídia criou para nomear e classificar os protagonistas jovens e os acontecimentos; e mapear alguns debates e embates que pautaram as narrativas midiáticas sobre a participação dos jovens.

a) O jovem como manifestante

Ao me embrenhar no *corpus* da pesquisa por meio da seleção e leitura das reportagens de *Folha* e *Veja*, percebi que as narrativas nomearam os participantes dos protestos de diferentes maneiras: desde “ativistas” e “militantes” até “vândalos” e “baderneiros”. Porém, em uma primeira aproximação com os materiais, o nome principal utilizado de maneira genérica para se referir aos jovens participantes das mobilizações é “manifestantes”. É como se a denominação “manifestante” tivesse sido adotada como uma espécie de “nome-raiz”, de onde partiram ramificações conforme o desenrolar dos acontecimentos e da cobertura midiática. Assim, percebo que de maneira geral nesse primeiro movimento de aproximação com o *corpus* emerge das narrativas a imagem-conceito de jovem como “manifestante”. É relevante pensar na produtividade de *Folha* e *Veja* para problematizar as imagens-conceito de juventude postas em

⁴ Adoto essa expressão, pois trabalhar somente com a ideia de “imagem” não foi suficiente para dar conta da produtividade da mídia em relação às múltiplas identidades jovens apresentadas nas reportagens. Inspiro-me na noção de conceito de Deleuze e Guattari (1997) no livro *Mil Platôs*. Para os autores, os conceitos determinam não o que é uma coisa, sua essência, mas as suas circunstâncias. Eles entendem que como os conceitos contêm muitos aspectos possíveis, ao invés de procurar a essência do conceito, eles se interessam pelas circunstâncias de uma coisa, em que caso, onde e quando ela surge, emerge, se inventa. Considero que as imagens produzidas pela mídia são imagens-conceito que surgem dos acontecimentos das manifestações e suas circunstâncias. Com isso, entendo as imagens-conceito como sendo temporárias, provisórias, válidas por um determinado tempo. Elas não possuem uma essência, não são definitivas. São imagens produzidas e repercutidas em um determinado contexto repleto de particularidades.

circulação, na medida em que as narrativas, ao modelarem certas identidades, também acabam posicionando os jovens participantes dos protestos em determinados modelos, em certos clichês.

Veja e os manifestantes: “rebeldes sem causa”

Como uma das possibilidades de imagens-conceito que emergiram dos relatos da mídia sobre os jovens nas manifestações, analisei partes da reportagem especial da *Veja* do dia 19 de junho de 2013. A matéria é uma tentativa de responder à pergunta que vem em destaque na capa da Revista: “Depois do preço das passagens, a vez da corrupção e da criminalidade?⁵”, questiona *Veja*, na intenção de revelar o que os jovens querem em sua revolta. Em sua primeira reportagem⁶ sobre as manifestações, a revista se propõe a desvendar quem são e o que querem os jovens com os protestos. Analisando os eventos ocorridos no Rio de Janeiro e em São Paulo, a matéria procura identificar “A razão de tanta fúria”, conforme o próprio título sugere. Na página 88 o texto afirma que o fato realmente assustador foram os milhares de jovens manifestantes que se uniram a uma minoria de vândalos durante os atos:

O fenômeno realmente espantoso ocorrido na semana passada no Brasil foi o fato de às minorias terem se juntado milhares *de rapazes e moças que tinham tudo para estar no cinema, no shopping ou na balada, e não engrossando as fileiras das minorias de vândalos profissionais* (VEJA, 2013, grifo nosso).

Portanto, o que de fato chocou e causou estranhamento à revista foram os milhares de jovens que poderiam tranquilamente estar desfrutando de práticas de lazer e consumo tão comuns para certa parcela da juventude da cultura pós-moderna, mas que optaram por outra programação. Moças e rapazes “normais”, que resolveram ir às ruas protestar junto aos denominados “vândalos profissionais”. É como se *Veja* dissesse: com tantas opções de entretenimento, esses jovens não têm nada melhor para fazer do que ir para as ruas protestar e causar desordem? Aqui, percebo como a visão da Revista sobre a juventude atual está profundamente atrelada a práticas de lazer e consumo, como ir ao cinema, à balada ou ao shopping. Hábitos que decorrem da condição pós-moderna com grande apelo ao público jovem. Como diz Sarlo (2006), os jovens da contemporaneidade surgem bastante prestigiados pelo mercado, sendo constantemente

⁵ Todos os excertos do material que constituiu o *corpus* da pesquisa encontram-se em fonte Courier New.

⁶ Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 05 de janeiro de 2015
convocados ao consumo: “O mercado ganha relevo e corteja a juventude, depois de instituí-la como protagonista da maioria de seus mitos” (p. 40). Para nomear os milhares de jovens que foram às ruas, os repórteres lançam mão da letra de uma música dos anos 80 da banda brasileira de rock Ultraje a Rigor, cujo título é “Rebelde sem causa”:

A tentação maior é rotulá-los *de rebeldes sem causa*, bem ao estilo do personagem da música dos anos 80 do grupo Ultraje a Rigor, aquele garoto que os pais “tratam

muito bem” e que recebe deles “apoio moral” e “dinheiro para gastar com a mulherada”. A reação do garoto? “Não vai dar, assim não vai dar/ Como é que eu vou crescer sem ter com quem me revoltar/ Não vai dar, assim não vai dar/ Pra eu amadurecer sem ter com quem me rebelar”. *Poderia ser esse o hino dos insurgentes* (VEJA, 2013, grifo nosso).

Figura 1: Jovens em destaque na reportagem de *Veja*.



Fonte: Revista *Veja*, edição de 19 de junho de 2013, p. 88.

Com o pretexto de que o mais fácil seria rotulá-los como “rebeldes sem causa”, a reportagem se apropria da letra da música como uma referência da imagem que ela própria constrói desse jovem manifestante. Porém, apesar de aparentemente não querer cair na vala comum de enquadrá-los no estereótipo do rebelde sem causa, ao sugerir que a música poderia se tornar o hino dos revoltados, é justamente essa a percepção que o texto provoca. Nesse ponto, penso que emerge a imagem-conceito de jovem como manifestante, construída na perspectiva de *Veja* em uma vertente “rebelde sem causa”, o que inclui rapazes e moças de classe média, “filhinhos de papai” que protestam por protestar, convocados por um estereótipo.

b) O jovem como vândalo

A mídia, em sua produtividade, gera múltiplos significados que englobam tanto a visão de demonização quanto de deusamento dos jovens, criando diferentes possibilidades

identitárias. Neste caso, me interessa a estratégia de demonização da juventude, produzida por narrativas que evidenciam o jovem dos protestos como vândalos. Para isso, apresento uma reportagem da *Folha* onde também busco apontar evidências do comportamento cambiante da mídia na cobertura dos protestos.

Folha e os vândalos: cobertura cambiante em uma mídia de ambivalências

Neste tópico lanço luz sobre algumas narrativas produzidas pela *Folha de São Paulo*, nas quais observo, além da própria imagem do jovem como vândalo, certos aspectos do comportamento cambiante do jornal no que diz respeito a seu posicionamento em relação aos protestos. Nesse sentido, busco apontar indícios de ambivalência nas narrativas, que ora surgiram de forma resistente em relação à atuação dos manifestantes e a favor das forças policiais, ora se posicionaram de maneira crítica à repressão policial e mais neutra no que diz respeito à atuação dos jovens participantes.

Evidências que mostram a mudança de postura da mídia na cobertura das manifestações e como o seu posicionamento foi variável e transitório ao longo dos eventos são as matérias de capa da *Folha de São Paulo* dos dias 13 e 14 de junho de 2013. Ao analisar as manchetes, as fotografias, as legendas e os textos de ambas as capas, é possível observar que a posição do jornal sobre as manifestações se alterou.

Na primeira capa à esquerda, veiculada no dia 13 de junho (fig. 2), a manchete traz a declaração do governo de São Paulo afirmando que será mais rígido no combate à ação dos vândalos. A frase dá uma conotação de cobrança, como se a imprensa estivesse sugerindo mais rigor na atuação da polícia. Na imagem, um policial ferido no rosto segura um manifestante e aponta uma arma, conforme a legenda. Apesar de armado, o policial não porta outros equipamentos de segurança como capacete, colete, ou cassetete. A posição do corpo sugere uma atitude de repreensão, e seu rosto expressa a tensão vivida naquele momento.

Figura 2 – Matérias de capa da *Folha de São Paulo*.



Fonte: *Folha de São Paulo*, edições de 13 e 14 de junho de 2013.

O subtítulo da matéria⁷, também conhecido no jargão jornalístico como linha de apoio⁸, informa que para o protesto do dia 14 a polícia iria acionar a Tropa de Choque, o que dá a entender que apenas o policiamento ostensivo do dia 13 não teria sido suficiente para conter a ação dos manifestantes-vândalos. Era preciso agir com mais veemência para combater a desordem nas ruas. Um entendimento que é reforçado pela legenda da foto ao relatar a situação enfrentada pelo policial Vignoli, que precisou agarrar um manifestante e apontar uma arma para outros, em sua própria defesa, como forma de evitar seu linchamento:

Encurrulado: Ferido, policial militar Wanderlei Vignoli agarra militante e aponta arma a manifestante para evitar que fosse linchado no protesto de anteontem em SP; um dia depois, ele disse que teve medo de morrer ao ser cercado (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013).

No texto à direita da capa, ao reproduzir declarações do governador do Estado sobre os manifestantes, *Folha* parece terceirizar a interpretação sobre eles, transferindo a responsabilidade de nomeá-los para a autoridade política maior do Estado: “O

⁷ Disponível em: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2013/06/13/2/> Acesso em 05 de março de 2014.

⁸ Linha de apoio é um dos elementos gráficos utilizados na diagramação da mídia impressa. É um recurso utilizado para complementar a informação do título e instigar a leitura do texto. Em alguns lugares do Brasil também é chamada de “sutiã” ou “linha fina”. Disponível em <http://design-editorial.blogspot.com.br/2008/04/elementos-do-projeto-grfico.html> Acesso em 03 de fevereiro de 2015. governador Geraldo Alckmin (PSDB) chamou de ‘baderneiros’ e ‘vândalos’ os manifestantes que incendiaram ônibus em protesto anteontem”. O texto também reproduz outra fala do governador, afirmando que os manifestantes serão cobrados pelos prejuízos causados. “Isso é absoluta

violência, vandalismo, baderna e é inaceitável”, disse Alckmin, expondo sua visão sobre a manifestação daquele dia. O final do texto ressalva o título da matéria, dizendo que a PM será mais dura na repressão contra os atos de vandalismo “e que não relevará nem casos isolados” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013).

No dia seguinte, 14 de junho, a capa (fig.1) traz outra abordagem. Ao invés da perda de controle da ordem por parte dos policiais militares que se sentiram “encurralados” frente aos manifestantes, a matéria⁹ destaca a forte ação da polícia, o que provocou caos e tensão no centro de São Paulo. A manchete é diferente da do dia anterior: destaca a reação violenta da polícia no protesto, critica o desempenho dos policiais e fala do caos que a cidade viveu. Na imagem é possível notar pelo menos dois policiais paramentados com capacete, cassetete, colete à prova de balas. Eles estão na calçada de um estabelecimento, e um deles está batendo com o cassetete em uma mulher que é empurrada para o chão, junto com um homem que também está sendo lançado ao chão e caindo no momento do registro fotográfico. Algumas pessoas que estão dentro do bar olham a cena estarecidas. A conotação é outra: um certo excesso de violência, pessoas sendo agredidas com uma forte repressão policial.

O texto que acompanha a fotografia é uma espécie de relato sobre os protestos ocorridos na noite anterior, onde fica marcada a violência empreendida pela PM para conter os manifestantes:

Policiais usaram bombas de gás e balas de borracha. Manifestantes responderam com pedras. A violência apavorou pedestres e motoristas, que chegaram a abandonar os carros nas ruas(FOLHA DE SÃO PAULO, 2013).

Além do número elevado de detidos de um dia para o outro (de 19 para 192), mais um aspecto que chama a atenção é a presença de uma concepção diferente sobre os atos: “Houve ao menos 192 detenções, em meio a incidentes isolados de depredação”. Ou seja, o que no dia anterior foi encarado como “absoluta

⁹Disponível em <http://acervo.folha.com.br/fsp/2013/06/14/2/#> Acesso em 04 de fevereiro de 2015.

violência, vandalismo, baderna”, no dia seguinte foi resumido a “incidentes isolados de depredação” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013).

Ao realizar o exercício de comparação e interpretação entre textos, fotos e legendas das duas capas do jornal, percebo que tal mudança de postura da *Folha* sobre as manifestações, em um período de tempo tão curto, pode estar diretamente relacionada a atuação violenta da PM. Porém, considero que esse comportamento cambiante também esteja

imbricado com a agressão sofrida pelos jornalistas (não só da *Folha* como da imprensa em geral) ao tentarem desempenhar seu trabalho na cobertura dos protestos daquela noite.

c) O jovem como *black bloc*

Outra imagem-conceito de juventude presente nas narrativas midiáticas das manifestações está relacionada à atuação dos *black blocs*, grupos de jovens que adotam comportamentos violentos em protestos de rua. Neste tópico será analisada uma reportagem de *Folha* que pretende desvendar os sujeitos *black blocs*, seus perfis e tipos de conduta nas manifestações de junho para compreender de que forma de deu a construção dessa imagem de juventude nos protestos.

Veja e os black blocs: “o bando dos caras tapadas”

[...] a exposição da violência pela mídia conservadora deve ser lida não apenas a partir de seus interesses econômicos, mas também levando em conta seu viés político. Enquanto aqueles são alcançados mediante a exposição de imagens caóticas envolvendo confronto físico, incêndio e destruição, os interesses políticos são revelados na edição do material, na escolha do que será mostrado ao público e nos textos editoriais que são descritos ou narrados, de forma a orientar o leitor, espectador ou internauta a uma única interpretação possível daquilo que é mostrado. (BEZERRA e GRILLO, 2014, p. 201).

As considerações de Bezerra e Grillo sobre as manchetes dos jornais na cobertura dos protestos vão ao encontro das observações que tenho pontuado até aqui acerca da postura cambiante da mídia ao tenta colar, fixar representações, na tentativa de balizar e conduzir as leituras sobre os jovens e as manifestações. A seguir, exponho uma reportagem que evidencia como a revista *Veja* abordou os jovens *black blocs* em suas narrativas.

Na edição de 21 de agosto *Veja* coloca os *black blocs* em matéria de capa estampada com a imagem da jovem Emma de 25 anos, uma das integrantes do grupo. Com a manchete “O bando dos caras tapadas”, a revista se propõe a desvendar “Quem são os manifestantes do BLACK BLOC, que saem às ruas para quebrar tudo”. Na matéria, *Veja* conta a trajetória dos *black blocs* no Brasil, como e onde começaram suas ações, quem são seus integrantes, como agem (no Brasil e no mundo). Mas o interessante é a constatação da revista acerca da pluralidade de perfis jovens que simpatizam e participam das ações organizadas do grupo, e a forma como eles são posicionados na narrativa. Com o título “O bloco do quebra-quebra”, a reportagem (fig. 3) diz que “jovens da periferia, punks e até universitárias de tênis Farm compõem o bando”. Ao falar das universitárias, *Veja* demonstra tom de ironia:

Na semana passada, uma aluna de Ciências Sociais da USP engrossava o bloco do quebra-quebra calçando tênis da grife Farm, em média 250 reais o par. “É ótimo para manifestações”, justificava. (VEJA, 2013).

Figura 3: Matéria especial sobre o “o bloco do quebra-quebra”.



Fonte: *Veja*, edição de 21 de agosto de 2013.

A jovem foi questionada pela reportagem da revista, como se fosse necessário dar satisfação sobre o porquê de utilizar aquele determinado tênis de marca enquanto membro dos *black blocs*. É como se a jovem do tênis de marca estivesse desencaixada do estereótipo esperado para uma anarquista-arruaceira, que pela cartilha *black bloc* deveria assumir uma tática e uma postura anticapitalista. A estudante da USP causou estranhamento, e o fato de ela merecer esse destaque na reportagem igualmente expressa o quanto ela está fora de um tipo de ordem social imaginada em que os lugares estão previamente estabelecidos.

Atualmente, de acordo com *Veja*, são menos de 200 “os militantes” que integram os *black blocs* no Brasil. “É um grupo pequeno, mas que, engrossado por *vândalos de ocasião*, em algumas capitais tem transformado a baderna e a violência em uma assustadora rotina” (VEJA, 2013, grifo nosso). Esta reportagem apresenta evidências que permitem abordar o conceito de pânico moral relacionado aos *black blocs*, encarados como uma espécie de ameaça social. De acordo com Filho e Herschmann (2006), “às vezes, o objeto de pânico é bastante recente; em outros casos, já existia há muito tempo, mas repentinamente recebe os holofotes da mídia e torna-se o cerne das preocupações públicas de agentes da lei, religiosos, intelectuais, políticos, entre outros atores sociais” (p. 143). Em sua cobertura sensacionalista, ao declarar que os *black blocs* “têm transformado a baderna e a violência em uma assustadora rotina”, *Veja* assume

uma postura disseminadora de pânico moral ao representar os manifestantes como um perigo à sociedade. Os componentes brasileiros do *black bloc* são assim nomeados e classificados:

Por trás dos lenços – pretos, na versão original; de qualquer cor que estiver à mão, na versão brasileira – estão principalmente moradores de periferia. Mas *punks* e egressos de *movimentos sociais decadentes*, como o MST, engrossam as fileiras do bando (VEJA, 2013, grifo nosso).

É a primeira vez que *Veja* menciona moradores de periferia das grandes cidades como membros dos *black blocs*, e mais ainda, como sendo os principais integrantes dentro do grupo heterogêneo de jovens “militantes”. No texto, os punks também ganham destaque, porque a adesão deles “contribuiu para aumentar o grau de violência do grupo e levar para dentro dele outros elementos deletérios, como vinho barato e cocaína”. Ainda, segundo a revista, na capital paulista também se juntaram ao bando estudantes universitários de classe média: “Em São Paulo, completam a babel social estudantes de universidades como USP, PUC e Faap”.

Ao identificar os *black blocs* com perfis jovens bem definidos como punks, moradores de periferia e estudantes, o texto produz e ao mesmo tempo se prende à determinados rótulos, uma característica dos meios de comunicação de massa, que de acordo com Filho e Herschmann (2006) contribuem na propagação do chamado pânico moral. Para os autores, “os meios de comunicação de massa são a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos, colaborando decisivamente, desse modo, para a disseminação de pânicos morais” (p. 143). *Veja* ainda critica os argumentos utilizados pelos *black blocs* e seus “admiradores confessos” para justificar as ações nos protestos, como se houvesse uma certa visão “romantizada” sobre os significados dos atos de violência protagonizados por eles nas ruas. A visão “romantizada” que *Veja* acredita pairar sobre a atuação dos *black blocs* é relacionada com os chamados “admiradores confessos”, diretamente associados aos professores universitários brasileiros:

Para eles e seus admiradores confessos – entre os quais professores universitários pagos com dinheiro público – destruir uma agência bancária a marretadas ou golpes de extintor de incêndio não é vandalismo, mas uma “ação simbólica”, que, inserida na “estética da violência”, simularia a “ruína do capitalismo” (VEJA, 2013).

Como uma prática recorrente nas reportagens de *Veja* analisadas, o texto finaliza com uma crítica à ineficiência do Estado por não conseguir “enquadrar os arruaceiros” e aponta a solução para a resolução da questão, no caso, propondo a rigorosa punição para os *black blocs*, vistos como criminosos (especialmente no que diz respeito aos atos de depredação de patrimônios privados).

d) O jovem como “Ninja”

Como nos diz Castells (2013), os movimentos sociais da contemporaneidade acontecem em rede e se caracterizam por um modelo de participação cidadã “que permite a livre troca de informações e compartilhamentos de sentimentos coletivos entre as pessoas” (p. 12 – 14). Ao longo das manifestações de junho de 2013 ganhou projeção nacional a atuação de grupos de mídia alternativa, especialmente o Mídia Ninja – Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. Ao se destacar com uma proposta de jornalismo independente e ativista, e ao realizar a cobertura ao vivo dos protestos através de smartphones e redes 4G e 3G, o Mídia Ninja integra a materialidade das novas configurações de mobilizações pós-modernas. Mobilizações estas marcadas profundamente pelo uso das novas tecnologias, mobilidade e disseminação de informações instantâneas nas redes sociais.

Ao se constituir em uma característica própria das mobilizações contemporâneas e, portanto, um aspecto novo nas coberturas midiáticas de revoltas populares na história do Brasil, a atuação do coletivo de mídia independente através da internet obteve destaque nos meios de comunicação tradicionais, tanto nacionais quanto estrangeiros. Ao ganharem as páginas de jornais e revistas, os colaboradores que realizaram as transmissões pelo Mídia Ninja também se tornaram protagonistas. É quando emerge mais uma imagem-conceito de juventude: a do jovem como produtor midiático.

Folha e os produtores midiáticos “Ninjas”

A primeira matéria da *Folha* sobre o Mídia Ninja (fig. 4) foi no dia 20 de junho de 2013, com o título “N.I.N.J.A TV busca novos meios de cobrir protestos”. Ao lado esquerdo do texto, uma foto que mostra um jovem vestindo preto, cobrindo o rosto. Ele traz na mão direita um celular onde registra a destruição, por parte de manifestantes, de um painel da Coca-cola alusivo à Copa do Mundo no Brasil. Ele é um “ninja”, um jovem repórter que acompanha e transmite de perto as manifestações através da internet. A notícia coloca em evidência o jovem Filipe Peçanha, repórter do Mídia Ninja, e traça um breve perfil do grupo de mídia independente.

Segundo o texto, enquanto comemorava junto aos manifestantes o anúncio da revogação no aumento das tarifas do transporte público no Rio de Janeiro e em São Paulo, “o repórter Filipe Peçanha, 24, anunciou outra queda: ‘Estamos com apenas 12% de bateria’”. O texto continua, e conta que Peçanha

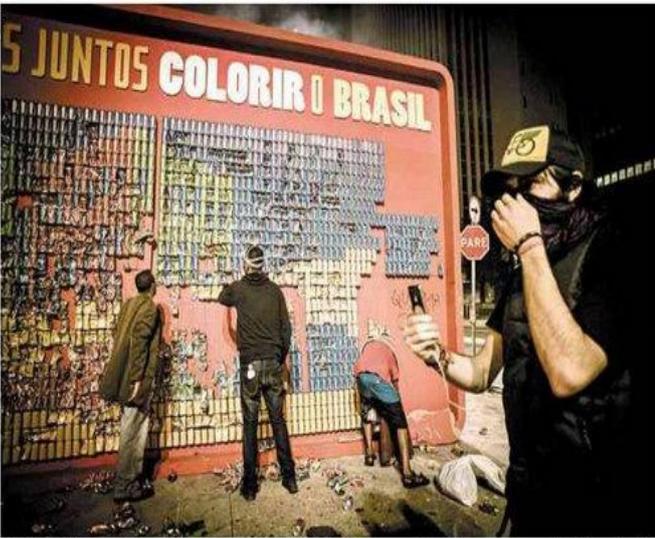
[...]transmitia ao vivo um vídeo da manifestação e referiu-se à energia do equipamento que o grupo N.I.N.J.A (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação) tem usado para a cobertura – no site www.postv.org – dos protestos em São Paulo (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013).

A matéria detalha os equipamentos utilizados pelos ninjas que, “preparados para o corpo a corpo com as multidões”, fazem as reportagens de rua: “um computador, celulares, câmeras e um gerador de energia sobre um carrinho de supermercado”, o que denota a simplicidade e um certo improviso na forma de atuação dos colaboradores do grupo.

Adiante, o texto trata de identificar quem atua no coletivo de mídia independente, formado por jornalistas autônomos, e destaca mais um de seus integrantes, Bruno Torturra, de 34 anos. Segundo Torturra, um dos líderes do Mídia Ninja, a “rede-base” já vinha sendo construída há dois anos, porém o grupo ganhou corpo na semana anterior à publicação da reportagem da *Folha*, “a partir de sucessivas demissões que aconteceram nas redações, para debater novas formas de se fazer comunicação”. Ainda de acordo com Torturra, que se desligou da revista *Trip*, onde era repórter, “o núcleo principal do coletivo de mídia conta com oito participantes em São Paulo, além de um número flutuante de colaboradores no país”.

Figura 4: Primeira referência da Folha aos jovens do Mídia Ninja.

FOCO



‘N.I.N.J.A. TV’ busca novos meios de cobrir protestos

DE SÃO PAULO

Enquanto comemorava a revogação do aumento nas tarifas do transporte público do Rio e de São Paulo ao lado de manifestantes na estrada de M’Boi Mirim, na zona sul da capital paulista, o repórter Filipe Peçanha, 24, anunciou outra queda: “Estamos com apenas 12% de bateria”.

Ele transmitia ao vivo um vídeo da manifestação e referiu-se à energia do equipamento que o grupo N.I.N.J.A. (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) tem usado para a cobertura — no site www.postv.org — dos protes-

tos realizados em São Paulo. Preparados para o corpo a corpo com as multidões, eles fazem reportagens de rua portando um computador, celulares, câmeras e um gerador de energia sobre um carrinho de supermercado.

O grupo se formou recentemente pensando em absorver o trabalho de jornalistas autônomos.

“A rede-base do N.I.N.J.A. já estava sendo construída há dois anos. Mas a ideia virou chamada pública na semana passada a partir das sucessivas demissões que aconteceram nas redações, para debater novas formas de se fazer comunicação”, diz Bruno Torturra, 34, que há três semanas se desligou da revista *Trip*, onde era repórter.

Segundo ele, o núcleo principal do coletivo tem oito participantes em São Paulo, além de um número flutuante de colaboradores no país.

Na capital paulista, eles trabalham em parceria com outros grupos, como a Casa Fora do Eixo, coletivo com sede no Cambuci que organiza movimentos sociais.

De acordo com outro integrante do grupo, Pablo Capilé, 33, a transmissão em vídeo das manifestações na região da Paulista, na terça (18), chegou a 180 mil acessos. Eles calculam que o número de espectadores é menor, uma vez que cada pessoa pode acessar o site do vídeo mais de uma vez.

‘Ninjas’ filmam destruição do painel da Coca-Cola, na av. Paulista com a rua da Consolação

Fonte: *Folha de São Paulo*, edição de 20 de junho de 2013.

O texto encerra com informações de outro líder do coletivo, Pablo Capilé, 33, contando que a transmissão em vídeo dos protestos do dia 18 de junho, na região da Av. Paulista, teve cerca de 180 mil acessos. A matéria da *Folha* coloca em destaque o perfil de três jovens do Mídia Ninja: dois líderes que atuam como porta-vozes do coletivo de mídia (Bruno Torturra e Pablo Capilé), e o terceiro que vai para a linha de frente das manifestações, assumindo o protagonismo pela realização dos vídeos *in loco*.

Enquanto midiativistas que constroem narrativas próprias sobre as manifestações, cada um dos colaboradores se configura como um “hacker das narrativas”, a pessoa que “produz, continuamente, narrativas sobre os acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV e emissoras de rádio de grandes conglomerados de comunicação” (AUNTON e MALINI apud BEZERRA e GRILLO, 2014, p. 196). Os jovens do Mídia Ninja várias vezes pautaram a grande mídia e até desmentiram algumas versões publicadas por grandes jornais e revistas ao longo da cobertura midiática dos protestos. Apesar de identificar a imagem-conceito de jovem como produtor midiático nas reportagens analisadas a partir da atuação de alguns integrantes do Mídia Ninja, cabe ressaltar que seus colaboradores se estendem pelo país e são flutuantes. Com isso, penso que tal imagem – conceito igualmente se estende aos demais jovens que praticam o que tem sido chamado de “jornalismo cidadão”.

Dizeres finais

Através das análises da pesquisa pude constatar como as identidades jovens são múltiplas, assim como as possibilidades de representação sobre elas. A mídia, por meio das matérias de *Folha* e *Veja*, mostrou seu caráter ambivalente ao passar o tempo narrando os jovens de múltiplas formas. E nesse movimento, ela coloca em jogo nas narrativas determinados rótulos e estereótipos que visam essencializar determinadas condutas e fixar certas imagens de juventude. Aliás, as imagens e interpretações sobre os jovens e as manifestações muitas vezes se misturam, se confundem, se mesclam, o que denota a cambiante proliferação discursiva da mídia para dar conta das identidades jovens nas circunstâncias das manifestações.

Referências

- ANTOUN, Henrique. MALINI, Fábio. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013, 278 p.
- BEZERRA, Arthur Coelho. GRILLO, Carolina Christoph. Batalha nas ruas, guerra nas redes: notas sobre a cobertura midiática da violência em manifestações. **Liinc em Revista**. Rio de Janeiro, v. 10, nº 1 (2014), p. 195 – 210, maio de 2014.
- CANEVACCI, Massimo. **Culturas Extremas: Mutações juvenis nos corpos das metrópoles**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro. Ed. Zahar, 2013.
- FILHO, João Freire. HERSCHMANN, Micael. As culturas jovens como objeto de fascínio e repúdio na mídia. In: Rocha, Everardo... [et al.], (orgs.). **Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens**. Rio de Janeiro: PUC Rio, Mauad Editora, 2006, 305p.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAES, Regina; VANUCCHI, Paulo (Orgs.) **Juventude e Sociedade. Trabalho, Educação, Cultura e Participação**. São Paulo: Perseu Abramo e Instituto Cidadania, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre jovens. In: BORELLI, Silvia. H. S.; FREIRE FILHO, João (Orgs.) **Culturas Juvenis no Século XXI**. São Paulo. EDUC, 2008. p. 6 – 15.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. 4ª ed. Editora UFRJ, 2006, 193p.