



GEMINIS

[DOSSIÊ - ATIVISMO DIGITAL]

KONY 2012: ESTRATÉGIAS NARRATIVAS DE UM FENÔMENO DO ATIVISMO DIGITAL

FLÁVIA BRITES

Mestranda em Sociologia (USP), bacharel em Ciências Sociais pela mesma universidade.

E-mail: flabrites@usp.br

TARCISIO TORRES SILVA

Doutorando em Artes Visuais (Unicamp), com estágio de pesquisa em Goldsmiths College, University of London no programa de Estudos Culturais; mestre em Artes (Unicamp), bacharel em Publicidade e Propaganda (ESPM) e bacharel em Ciências Sociais (USP). É professor da PUC de Campinas.

E-mail: tartorres@gmail.com

RESUMO

Em março de 2012 foi lançada a campanha *Kony 2012*, cujo instrumento principal foi um filme com 29 minutos de duração realizado pela ONG *Invisible Children*. Ele trata de uma campanha de mobilização cujo propósito é localizar e prender Joseph Kony, líder do LRA (*Lord's Army Resistance*), grupo militante atuante no centro da África acusado de uma série de crimes contra a humanidade. A tamanha popularidade que um filme ativista alcançou na internet nos instigou a pensar sobre quais estratégias foram usadas por seus produtores e os efeitos da campanha. Para tanto, partimos neste trabalho de considerações sobre a significação de diversos fragmentos de vídeos tirados do *Youtube* e usados como peças básicas da construção do filme *Kony 2012*. Em seqüência, com base na sua decupagem* , persegue-se a forma como o filme revela sentidos políticos latentes naqueles micro-vídeos. Partindo da ideia do filme como um momento dentro de um processo complexo de construção, disputa e negociação de uma *comunidade digital imaginada*, veremos que o filme e as práticas em torno dele propõem uma política global, construída a partir de mitos e utopias, que se coloca ao mesmo tempo jovem, pós-moderna e digital. Ele suscita respostas vindas da prática já existente nessa nova ágora, que demonstrou ser altamente manipulável e, não sem paradoxos, altamente crítica.

Palavras-Chave: ativismo digital, Kony 2012, utopia, meme, mito, narratividade, ciborgue.

ABSTRACT

In March 2012, the Kony 2012 campaign was launched by the NGO Invisible Children, having as its main tool a 29 minute movie, whose main goal is to mobilize people in order to find and arrest Joseph Kony, the leader of LRA (Lord's Army Resistance), an active militant group in central Africa accused of practicing a series of crimes against humanity. The popularity reached by this activist movie has led us to focus our analysis on some strategies used by its producers and on some of the main effects of the campaign so far. We depart from considerations over the meaning of a variety of video footages taken from Youtube that were used as basic building blocks in the making of Kony 2012. The analysis, then, follows the sequence in which images and sounds are woven into the Kony 2012 narrative, and its unfolding of the potential political meanings in the micro videos. Finally, taking the movie as a moment immersed in a complex process of construction, dispute and negotiation of an imagined digital community, we discuss the ways in which the movie and the practices that surround it are proposed as a global politics, built from myths and utopias, which places itself as young, post-modern and digital all at once. The movie provokes answers from other digital actors in this new agora, which proved itself highly manipulable and also, not without paradoxes, highly critical.

Keywords: digital activism, Kony 2012, utopia, meme, myth, narrativity, cyborg.

* Um método tradicional de análise fílmica, a decupagem é capaz de revelar os detalhes da construção de um filme como este. Estes detalhes expõem o artifício, tanto no sentido da construção como da arte, capaz de recolher todos esses elementos soltos e dar a eles uma direção e sentido. Sobre a elaboração sobre decupagem como método interpretativo ver Sorlin (1985). A análise se baseia na decupagem dos primeiros 12 minutos do filme. A decupagem completa foi feita, mas aqui utilizados apenas recortes dos trechos que nos pareceram mais pertinentes à presente análise.

INVISIBLE CHILDREN: BREVE NOTA SOBRE A ONG E SUA CAMPANHA

A ONG *Invisible Children* é uma instituição Americana com base em San Diego, Califórnia. Foi fundada em 2004 como fruto do trabalho de três video-makers, Jason Russell, Bobby Bailey e Laren Poole que viajaram para a África Central em 2003 para registrar conflitos internos que tinham como vítimas milhares de crianças. O produto dessa primeira viagem foi o filme *Invisible Children: Rought Cut*. Desde então, a ONG mantém bases tanto na África como nos Estados Unidos, tendo como bandeira principal dar maior visibilidade aos conflitos que prejudicam milhares de vidas na África Central. Atividades das mais diversas vêm sendo feitas pela ONG, como a apresentação de vídeos em escolas de ensino médio, *flash mobs*¹ e outras ações. A ação de maior efeito da ONG até agora é o vídeo *Kony 2012*². Ao alcançar uma visibilidade inaudita³, o vídeo lançou a ONG no mar da fama.

MEMES E MYTHOI: TIJOLOS DE UMA ARQUITETURA

Uma das estratégias de sucesso do filme *Kony 2012* está no fato de que nele faz-se uso de uma coletânea de imagens que mostram vídeos famosos por terem cativado as emoções das pessoas que os acessaram. Estes vídeos estão disponíveis pelo *Youtube* e outros portais de compartilhamento. Isso inclui imagens de resgate de crianças, vídeos caseiros de pessoas conversando e uma curta lembrança de imagens da primavera árabe. Em minutos, o vídeo capta a atenção do usuário médio da internet trabalhando com

1 Ações públicas cujo propósito é criar uma aglomeração repentina de pessoas para realizar uma determinada tarefa, seja uma guerra de travesseiros, um desfile de toalhas ou um bloqueio de uma avenida. São normalmente organizadas por meios de tecnologias de comunicação digital e tem objetivos diversos, variando do lúdico ao político.

2 Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sq>>. Acesso em 02 abr. 2012.

3 O vídeo alcançou o que nenhuma campanha ou vídeo de qualquer tipo jamais alcançou na internet: 112 milhões de exibições em 10 dias. O dado é da *Visible Measures*, uma empresa de medições de audiência e planejamento de campanhas online. A empresa compara a audiência alcançada pelo vídeo "Kony 2012" com a campanha publicitária de maior sucesso na internet, que em um ano alcançou essa mesma pontuação. Disponível em <<http://corp.visiblemeasures.com/news-and-events/blog/?Tag=invisible%20children>>. Acesso 29 mar. 2012.

memes⁴ globais, tais como os exemplos acima.

Antes de entrarmos na construção de *Kony 2012*, pensamos ser necessária a reflexão a respeito da origem de alguns dos afetos que o filme toma de empréstimo ao emprestar esses memes. É nossa opinião que o grande sucesso de *Kony 2012* tem entre suas razões o fato dele tomar emprestado e revelar *mythoi*⁵ que antecedem e se aglutinam à elaboração coletiva desse sujeito imerso nas redes digitais de comunicação.

Essa miríade de vídeos, frutos da contribuição coletiva já há tempos em curso, serve de material básico sobre o qual *Kony 2012* vai sendo esculpido. A proposta de pensá-los como versões narrativas de valores compartilhados e por eles reatualizados (aqui experimentalmente denominados de *mythoi*) visa sugerir que, pelo menos em parte, a atual explosão imagética na forma da proliferação de imagens em outdoors, propagandas de TV, filmes, seriados, fotos e vídeos na internet, pode ter na base da sua motivação um trabalho conjunto que se realiza sobre valores na atualidade, e que tem entre seus aspectos um sentido político captado na arquitetura do filme *Kony 2012*. Em sua tentativa de moldá-los segundo a sua versão de realidade, ele os revela na sua potencialidade política.

Esta análise pretende indicar a possibilidade de se pensar os afetos causados por esses vídeos retirados do *Youtube* em uma chave que tenta retomar elaborações teóricas que possivelmente nos ajudem a interpelar ligações entre narratividade e valores. Acreditamos que talvez seja possível fazê-lo tentando retomar estes últimos sob a chave da clivagem sagrado-profano. Indicamos a possibilidade de interpretar essa miríade de contribuições narrativas espontâneas, como a que se deposita como memes em vídeos do *Youtube*, como uma negociação e reatualização de valores a partir da narratividade em torno desses *mythoi*. Estes representam aqui a tentativa de uma noção hipotética intermediária entre valores e narratividade, onde a narrativa é iluminada sob o seu aspecto ritual, ou da revivência e reatualização, de valores compartilhados por meio dessas versões narrativas. Uma das utilidades dessa forma de pensar é a possibilidade de

4 Termo originário do livro de Dawkins (2006), um meme é entendido como um pequeno fragmento de informação, que tal qual uma metáfora da ideia dos memes de Dawkins, se multiplica e se espalha. É uma aproximação que se faz para tratar certos objetos da comunicação como se fossem unidades básicas de comunicação que se reproduzem nas redes de comunicação. Nas mídias digitais, os memes podem ser representados por notícias, piadas e vídeos virais de alto impacto.

5 *Mythoi*, plural de *mythos*, está sendo usado tanto no seu sentido narrativo quanto em sentido antropológico. No sentido narrativo que parte da análise formal aristotélica, são considerados enquanto elementos pré-narrativos que põem em movimento uma história ou um conjunto destas, elementos ou argumentos básicos que dão embasamento à narrativas. No seu sentido antropológico, são considerados enquanto valores pró-narrativos, ou os valores que motivam a narrativa e que são o fim ao qual elas se destinam. O que procuramos com essa noção experimental é tentar uma elaboração que possa amarrar forma e sentido, narrativa como construção formal e como nexos de valores, em uma ideia que fique a meio termo entre esses dois elementos. Talvez pensá-los como esquemas pré-narrativos e pró-narrativos traga a possibilidade de uma perspectiva de interesse. Nesse sentido, desejamos mantê-la como uma noção experimental.

agrupar, analiticamente, sob um mesmo rótulo, vídeos que de outra forma não teriam aparentemente nada em comum, mas que são unidos sob este rótulo não como um esforço taxonômico, mas analítico. Essa noção de *mythoi* ajuda aqui a agrupar os memes, ou micro-vídeos retirados do *Youtube* em torno de valores, como formas narrativas de reatualização destes.

Decorrente da herança aristotélica e pré-aristotélica, pode-se pensar os *mythoi* como a história ou conjunto destas, que formam um todo coerente⁶, e que ao lidar com um *pathos*⁷ suscitam um efeito emocional específico. Nesse sentido formal, o filme *Kony 2012* é uma narrativa clássica, ao passo que as narrativas montadas por vídeos caseiros se apresentariam como fragmentos. O observador incauto pode sofrer da ilusão hodierna de que esses vídeos “retratariam a vida”. Mas as cenas que presenciamos pelos memes do *Youtube* não são a vida das pessoas, são no mínimo recortes destas⁸. Esses vídeos podem parecer ao observador como uma espécie de brotamento, uma extensão das vidas ali acidentalmente postadas e que não trazem em si nenhum artifício, construção ou intencionalidade, mas quando questionados enquanto *mythoi*, eles se revelam com sentido muito marcado e como frutos de uma construção simbólica cujo recorte faz sentido por meio dos valores que se expressam neles.

Tomemos como exemplo um dos vídeos caseiros que aparecem no filme *Kony 2012* com o discurso de um garoto que aprendeu a andar de bicicleta⁹. Trata-se de um vídeo bastante acessado que evidencia um dos *mythoi* utilizados na narração montada no filme. Pode-se argumentar, tomando a noção formal aristotélica de mito (ou enredo), que o discurso do garoto é no máximo o final de uma história. Mas precisamente por isso – porque imaginamos o restante da história como a superação de dificuldades que geram um aprendizado e resultam no discurso do garoto que tanta gente achou adorável – é que esse pedaço de história tem muito sentido, e apelo emocional (*pathos*).

Pensamos que tanto é assim, que apenas um recorte desse vídeo faz parte da montagem de *Kony 2012*, e este microrrecorte já é o suficiente para nos remeter à histó-

6 Levi Strauss (1985) explora esse aspecto dos mitos gregos. Ao analisar o "mito de Édipo", ele toma o caminho da bricolagem orientada pela interpretação estruturalista, em outras palavras, ao invés de analisar cada uma dessas histórias como um ente separado, ele as junta em uma só estrutura narrativa. É possível tecer críticas sobre a necessidade ou a imanência dessa estrutura que Strauss busca recompor e ao modo como ela é recomposta partindo-se da ideia de que haveria uma estrutura básica humana que se poderia depurar. Estes autores preferem pensar que há esquemas historicamente compostos e socialmente compartilhados, ao invés de postular estruturas da natureza mental humana.

7 refere-se à qualidade de tudo aquilo que nos toca emotivamente.

8 Para além disso, pode-se questionar inclusive se elas ocorreriam daquela maneira como foi captado pela câmera na ausência desta. Para esta discussão ver Menezes (2003).

9 O link abaixo é de uma versão traduzida desse micro-vídeo caseiro usado em *Kony 2012* que já contém colagens (primeiro quadro e música). Várias repostagens, paródias e re-cuts desse vídeo podem ser encontrados. Há diversas repostagens com o título de “*Thumbs up for Rock and Roll*”. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=BtisPdsMEXI&feature=results_main&playnext=1&list=PL82E75D271ED42AF2> Acesso em 5 abr. 2012.

ria de superação e conquista, um *mythos* cuja estrutura básica é, portanto, socialmente compartilhada, carregando sentido, remetendo aos valores que nos afetam. Esses mesmos são fragmentos de histórias no sentido formal, mas são “histórias concentradas”, minimalistas, ou que, poder-se-ia dizer, mantém apenas o fundamental, deixando aos cuidados da nossa imaginação a tarefa da sua compleção.¹⁰ Nesse vídeo caseiro o que aparece efetivamente é só o garoto paramentado de capacete de ciclismo fazendo um discurso encorajador para garotos como ele. Em *Kony 2012* aparece o menino falando apenas uma frase: “se você acredita em si mesmo, você vai aprender a andar de bicicleta”. No entanto, não é difícil o espectador completar toda a história mentalmente: imaginamos que ele teve dificuldades em aprender a andar de bicicleta, no entanto ele insistiu e acabou aprendendo, e que, por fim, no vídeo ele está dizendo para outros garotos que é possível fazer isso se eles acreditarem em si¹¹. Outro dos microvídeos usados mostra uma garota que usa o aparelho auditivo pela primeira vez e chora emocionada¹²: imaginamos que ela perdeu a audição (ou sempre foi surda), lutou muito para recobrá-la, e se emocionou ao conseguir finalmente. Esses vídeos podem ser pensados como versões de um *mythos* de superação concentrados minimalisticamente em um fragmento.

No sentido antropológico, podemos pensar os *mythoi* componentes do vídeo e o próprio *mythos* montado pelo vídeo *Kony 2012* como oriundos e contribuintes de uma série de discursos que gravitam os entornos desse novo sujeito político da esfera digital e dessa nova coletividade idealizada que o filme *Kony 2012* agrega e revela. O mesmo vídeo do garoto da bicicleta, por exemplo, aqui visto como representante de um *mythos* em uma perspectiva sociológica, só adquire seu sentido quando posto em um contexto valorativo (ou, dito de outro modo, o vídeo não teria sentido se “superação de dificuldades” não fosse um valor compartilhado). Parece-nos interessante retomar o sentido de *mythos* ligado a uma tradição do pensamento acerca do sagrado que remonta aos trabalhos de Eliade (1954).¹³ Este autor propõe que o domínio do sagrado seria o terreno

10 Nesta época da postagem de vídeos e de saturação de histórias, talvez já não tenhamos mais necessidade de histórias completas, posto que a nossa imaginação as preenche.

11 O argumento é que a história que imaginamos se assemelha a esta. Poucos imaginariam a sério, por exemplo, que o menino tomou café da manhã, foi para a escola, se lambuzou de lama no recreio, foi mal-educado com a professora, ficou de castigo, tomou banho, colocou capacete, e com sua bicicleta foi passear com o pai e fez um discurso (por mais que isso possa ter ocorrido). Uma das regras tanto da narrativa como da forma como pensamos as histórias que têm sentido, parece ser que selecionamos apenas alguns elementos, que extraídos do fluxo normal, profano e caótico da vida, ou então ficcionais desde sua origem, podem ocupar esse domínio do sagrado.

12 Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=WISOtH9BrRk>>. Acesso em 19 abr. 2012.

13 É comum se interpretar o pensamento mítico como algo do passado, derrotado pelo progredir da racionalidade enquanto processo. O próprio Eliade o faz, e acaba propondo um retorno ao pensamento mítico. No entanto, ele mesmo percebe que o pensamento mítico não tende a sumir da face deste planeta, mas que ele já não mais abarca a totalidade de nossas vidas. Esse processo percebido por vários autores, entre os quais Weber, possivelmente participa disso que é percebido como *fragmentação* pelo pensamento pós-moderno.

da transformação ritual do caos em cosmos e, portanto, o terreno de ordenamento do mundo. Ao interpretar eventos sob o prisma do sagrado, o ser humano dota de sentido aquilo que sem o mito é sem sentido, e nessa chave, profano. Para o pensamento mítico o que é sagrado é real, ou seja, o sagrado é a própria medida do real¹⁴. Na chave do *mythos* como algo dotado de sentido e de realidade, a interpretação desses microvídeos depende, em última análise, de valores partilhados. Por mais caseiros que esses vídeos tirados do *Youtube* sejam, podem ser pensados aqui no seu sentido antropológico, como ligados ou participantes do domínio do sagrado: não se tratam de imagens quaisquer sem sentido, mas de recortes de atos que talvez só existam em função da presença da câmera. Adquirem sentido ritual não como parte do puro fluxo caótico da vida, mas ao serem isolados desta, recortados e colocados em outro contexto, que é o próprio contexto do *Youtube* e do compartilhamento. São, por assim dizer, “recortes ideados da vida” que em si só já são construtos, e cujo sentido depende de valores compartilhados¹⁵.

KONY 2012: (UMA) ARQUITETURA DO NOVO SUJEITO POLÍTICO

O filme *Kony 2012* parece trazer consigo o velho e o novo. Em termos de construção, ele é uma narrativa clássica: desenvolve personagens, centra-se em torno de um drama (ou *pathos*) ao qual ele dá resolução e essa constitui um dos principais apoios de sua força persuasiva. A arquitetura do filme tende a direcionar o ponto de vista, assim como os sentimentos e os posicionamentos valorativos com que o espectador vai sendo confrontado. Já o que este vídeo traz de novo é aquilo que ele revela: elementos presentes na internet (e seus afetos) que ele toma para construir essa narrativa clássica. Essa miríade de imagens, originadas de uma série de elaborações coletivas, são elas mesmas indício, ou externalização, de valores que desembocam no nosso mais novo *mythos* centrado na idealização de um novo sujeito político digital. *Kony 2012* retira elementos fundamentais desses *mythoi* presentes nas imagens compartilhadas pela internet e dá a eles o seu direcionamento específico, entrando, dessa forma, em um debate já em curso. Ao fazê-lo, ele ilumina componentes deste mesmo debate.

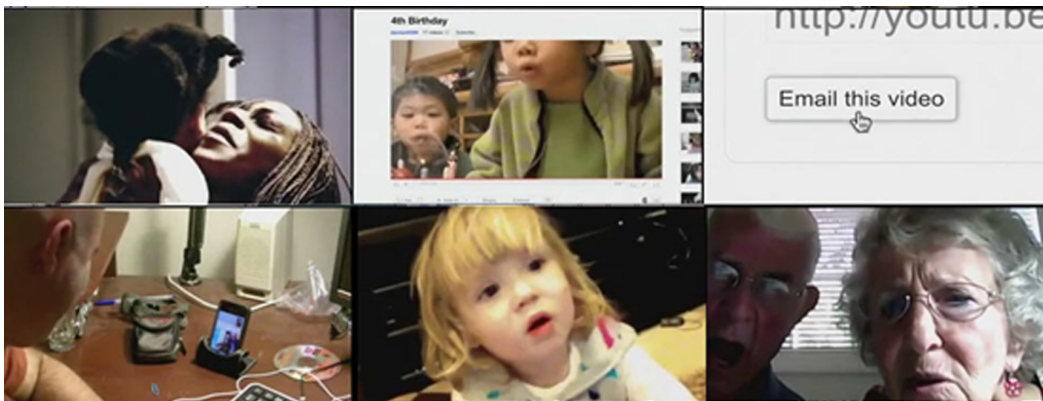
O filme *Kony 2012* inicia-se pela construção do lugar do espectador como in-

14 O termo "real" está sendo usado aqui seguindo as indicações de Eliade, no sentido de que aquilo que partilha do sagrado é também imaginado como real. Acreditamos que a problematização dos sentidos postos hoje de realidade enquanto uma elaboração, ou talvez um conjunto de elaborações coletivas, ainda pode ser retomada de forma proveitosa.

15 Como o filme, ou neste caso, o vídeo, não pode ser tratado como representação, posto que idealmente a representação jamais é confundida com o real, Menezes (2003) propõe discutir a imagem-documentário como *representificação*, em outras palavras, como algo que "nos põe em presença de", e que nos impõe um posicionamento valorativo (opus cit.). A questão mesma da confusão nos parece altamente pertinente: ao implicar que na mente de quem confunde a imagem é a realidade (ou pode ser a realidade) e que esta confusão é bastante comum, implica-se que imagens participam das elaborações coletivas da(s) realidade(s).

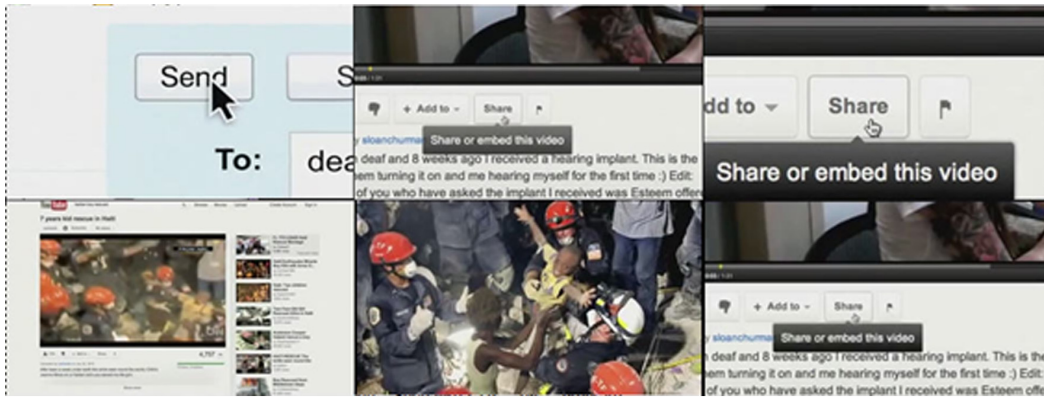
ternauta, estabelecendo uma ligação afetiva com este e empoderando-o. Na abertura, uma frase aparece na tela: “Nada é mais poderoso que uma idéia cujo tempo chegou”. A imagem noturna do planeta visto do espaço mostra grandes centros iluminados: assemelham-se a um só organismo pulsante. Uma voz-over diz “Neste exato instante há mais pessoas no *Facebook* do que havia em todo o planeta há 200 anos atrás”.

As imagens que se seguem fazem uma aproximação entre vida-tecnologia-compartilhamento, apontando para o imaginário da origem do poder desse novo sujeito político que se desenha. Várias cenas curtas mostram pessoas a se comunicar com seus familiares por webcams, celulares e vídeos postados. A voz-over diz “agora nós nos vemos uns aos outros e escutamos uns aos outros”. A estas cenas são intercambiados closes de telas de computadores onde o cursor aparece clicando os botões “send”, “share”, à medida que as imagens vão passando os microvídeos discutidos no tomo anterior, todos emoldurados no nosso écran pela imagem do ambiente do *Youtube*. Eles delineiam a mensagem (ou *mythos*) da comunidade em conexão e do pan-óptico (a comunidade dos que se vêem).



Nota: Todas figuras que acompanham a análise da decupagem são montagens de fotogramas do filme seguindo, da esquerda para a direita e de cima para baixo, sua ordem no filme. Elas são descritas no próprio corpo do texto que elas acompanham, por esse motivo elas vão prescindir de legendas.

O próximo conjunto é a montagem de vídeos que remetem ao *mythos* da “conquista” ligada a esse ambiente de compartilhamento: um menino retirado de escombros no Haiti, o guri com capacete de ciclismo grita “se você acredita em si mesmo, você vai aprender a andar de bicicleta”, a garota emocionada no consultório médico ao recobrar a audição. A superposição destas mensagens formula o internauta como um ator em uma nova forma de relação e como sujeito que *pode*, que consegue o que quer – sujeito de um poder.



Passa-se então para elementos que tomam essa idéia de “compartilhamento” construída e a direcionam para as noções que delineiam um “novo coletivo” e sua “ação política”. O vídeo passa da mensagem “conquista”, evidenciada nos vídeos acima descritos, para a de “conquista dos povos”, do poder ao poder político: a voz-over diz “Essa conexão está mudando o jeito que o mundo funciona”, ao passo que vemos imagens da primavera árabe, as pessoas se manifestando e carregando cartazes (um dos quais traz escrito “Facebook”). Um manifestante diz “agora podemos sentir o gosto da liberdade”. O novo coletivo ideado é contraposto à ideia do “velho poder”: seguem-se imagens de senhores grisalhos engratados, membros de parlamentos, palestrantes e âncoras de jornais, dizendo “as pessoas estão preocupadas”, enquanto a voz-over diz “Esta conexão está mudando a forma como o mundo funciona, e os governos estão tentando lidar com isso. As gerações mais velhas estão preocupadas: o jogo agora tem novas regras”.



Esta primeira parte do vídeo é fundamental no sentido de estabelecer o lugar do espectador como sujeito de um novo poder contra o velho poder que aí esteve até os dias de hoje. As imagens selecionadas desses *mythoi* espalhados em memes pela net são amarradas de forma a levar este novo sujeito de uma perspectiva íntima-familiar a uma

perspectiva de conjunto, ou de uma nova comunidade imaginária¹⁶ que ele formaria com os demais internautas: esse novo ciborgue¹⁷ que pode ver tudo e que compartilha tudo, que está de posse das novas ferramentas de poder e que sai às ruas em protesto, ameaça o *status quo*. Em momento algum o vídeo perde de vista a conexão emocional estabelecida com o espectador. Enquanto as imagens e vozes ligadas a estas estabelecem essa conexão afetiva e de sentidos que vai da família a esse novo coletivo da “esfera digital”, a voz-over, também não acidentalmente bastante chamada de voz-de-deus, fala como alguém neutro e onisciente, que acima destes acontecimentos, é capaz de ordená-los e a eles dá sentido.

A seqüência seguinte começa a desenvolver o narrador como sujeito de uma sapiência (expressa na voz-de-deus) que é fruto de uma experiência vivida. As imagens se apresentam na seguinte seqüência: Enquanto a cena de um vídeo mostra-o presente no nascimento de seu filho Gavin, o narrador em voz-over se apresenta como o pai que vemos no vídeo. A câmera dá close no recém-nascido e a voz-over diz “cada pessoa veio a este mundo desta forma: ele não escolheu onde nem quando nascer, mas porque ele está aqui, ele tem importância.” Esta parte do vídeo faz a caracterização de duas categorias importantes de personagens deste drama¹⁸: o aglomerado filmmaker-ativista-internauta (que faz as vezes de herói) e o aglomerado criança-vítima, cujo imaginário é construído, portanto, como a de vítima das circunstâncias deste mundo desde o seu nascimento.

A partir desta seqüência do nascimento, o que é percebido pelo espectador como a “pessoa” de Jason Russel (o narrador, filmmaker e herói do *Bildungsroman* do filme) se parte em dois: o narrador onisciente sempre presente pela voz-over e o personagem de pai que se apresenta na relação adulto-criança que será desdobrada tanto na relação mais específica Russel-Jacob como em uma mais genérica de “civilizer-civilizee¹⁹” (na qual ele busca nos incluir por identificação com o herói). A partir de então o filme trabalha com a superposição desses dois “Russels”: O Russel do passado, que é um per-

16 Anderson (2006) formula a noção de comunidade imaginária para tratar do surgimento do nacionalismo. Anderson a define como imaginada, pois nem mesmo os membros da menor dessas comunidades jamais se conhecem pessoalmente. De acordo com o autor, a criação da nação como uma grande comunidade imaginada tornou-se possível pelo advento do capitalismo editorial, fruto do desenvolvimento da tecnologia de imprensa. O imaginário dessas grandes comunidades foi cultivado por escritores em romances, por exemplo. As novas tecnologias de informação estão a inventar uma nova comunidade imaginada, mas não pautada na invenção de uma tradição, mas da capacidade imaginada de podermos cada um de nós nos comunicarmos com todos os demais. Essa construção também parece remeter a uma espaço-temporalidade própria.

17 Descoberto desde há muito por Donna Haraway (1991), o ciborgue, esse nosso novo mito de uma nova era, ironicamente não está presente só na ficção científica, mas se faz presente na nossa vida. Somos ciborgues, pois já não vivemos sem nossos aparelhos. Eles nos são implantados e são uma extensão necessária de nós. “O ciborgue é a nossa ontologia”, diz Haraway, “ele nos dá a nossa política”.

18 A terceira categoria que completará a tríade será a de Kony, o vilão, que aparece posteriormente.

19 Optamos pelos termos em inglês cujo significado designa aquele que civiliza e aquele que sofre a ação civilizadora do primeiro, respectivamente.

sonagem que nos obriga à representificação²⁰ dos dilemas ao colocar-nos em presença de algo que demanda uma tomada de posição a partir dos valores postos em jogo. Essa posição em que o filme tenta colocar o espectador visa à identificação das posições deste com as posições do Russel do filme, ao colocá-lo no que seria “o mesmo impasse do Russel” que é resolvido pelo Russel da voz-over. A série de dilemas apresentada forma uma espécie de “caminho de São Tiago” pelo qual temos que nós mesmos passar como espectadores para podermos nos tornar, como o Russel do futuro, da voz-over, alguém que conhece e sabe o que fazer. O Russel do futuro é capaz de dar ordem a esse caos da experiência, com a autoridade de quem completou uma jornada de cuja experiência ele retira sentido.



Um outro ponto de vista com que essa mesma seqüência pode ser confrontada diz respeito ao domínio público-privado. Este primeiro fio condutor coloca o espectador em uma situação criada pelo nivelamento das emoções em uma experiência compartilhada. Um tipo de experiência que tem seus antecedentes, posto que até pouco tempo atrás a vivíamos de forma menos global, quando produtos culturais tais como a publicidade, objetos de consumo e programas de TV preenchiam parte de nossa memória afetiva. Dessa primeira estratégia, o filme parte para um segundo nivelamento: a experiência da vida privada. A questão da autoria do filme torna-se importante nesta chave quando o diretor se coloca como um dos personagens do filme e também seu próprio filho. Ao fazê-lo, ele nivela a sua experiência privado-pública à do internauta. Para isso, faz uso de vídeos caseiros, alguns amadores, outros menos, em que a vida de seu filho é mostrada como em uma exposição de slides desde seu nascimento até a atualidade. Dessa série de fragmentos da vida privada de uma família americana, o vídeo faz a ponte da narração feita por meio da vida de duas crianças em lugares distintos. Gavin, o filho de Jason, e Jacob, um garoto ugandês vítima do LRA e que teve seu irmão assassinado pelo grupo, são unidos pelo fato de serem crianças.

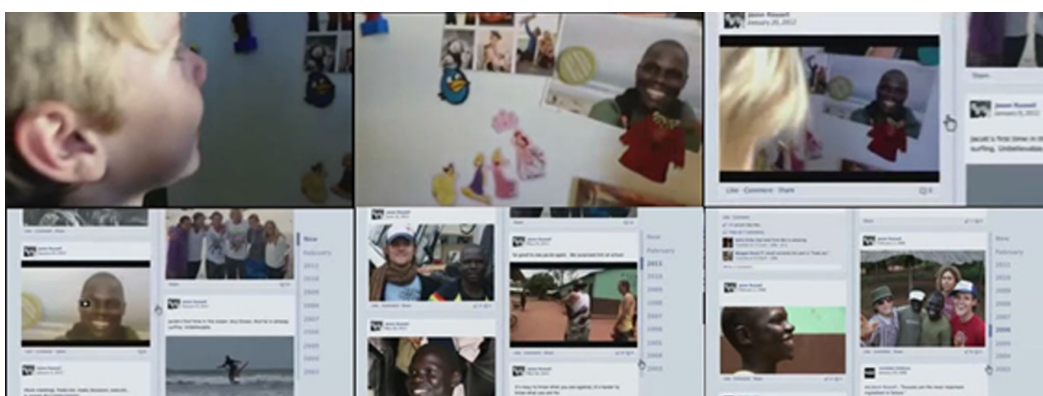
As imagens que se seguem no filme dizem respeito à construção de um espaço-tempo próprio do domínio digital que é tanto o lugar e ferramenta de poder, lugar que permite o estabelecimento dessa comunidade digital imaginada e de onde brota

²⁰ Menezes (op. cit)

um novo ser digital que este domínio habita. As utopias ligadas a esta comunidade da esfera digital já estão em formação e desenvolvimento há tempos. Para contextualizar essa nova formação do imaginário, reservamos o tomo a seguir.

CIBORGUE, O ATIVISTA ELETRÔNICO: A IDEACÃO DE UM NOVO SUJEITO DE PODER

A sequência que se segue à do nascimento e apresentação de Gavin e de Russel como pai, realiza a passagem dessa relação entre Gavin e Russel para a relação entre Russel e Jacob. Ao mesmo tempo, as imagens constroem um espaço-tempo virtual, apoiando-se nas imagens de ambientes como o *Youtube*, o videolog e o próprio *Google* que vão aparecendo no écran enquadrando vídeos, textos e links. Elas revelam o uso de uma imagética previamente engendrada da internet como espaço e adensamento do tempo e memória: A série se inicia com a imagem de um vídeo doméstico no qual Gavin está pendurando a foto de um rapaz na parede e respondendo à pergunta do pai “Quem é esse?” “É o Jacob”.



A cena sofre um zoom-out e vemos surgir no écran os contornos da mesma imagem que agora nos surge como um vídeo postado em um ambiente videoblog. Neste vemos uma série temporal de postagens que vão sendo clicadas. O ambiente videoblog conecta, no écran, os vários vídeos, fazendo também as vezes de “espaço”, de passagem, ou transição entre cenas. Além disso, o conjunto de vídeos postados empresta uma dimensão de “real”²¹ à relação do filmmaker com Jacob em forma de memória fixada nesse conjunto de vídeos postados. O videoblog serve também de máquina do tempo, permitindo retornar e espiar momentos dessa relação, nos vídeos que vão sendo clicados, tocados e pausados, a página do videoblog vai sendo rolada e os links que re-

²¹ Não se quer com as aspas botar a realidade desta relação em dúvida ou questioná-la, mas chamar a atenção para o efeito que este adensado de tempo e memória na forma de videolog cria em termos da representação desta relação por meio do videoblog.

presentam os anos vão sendo clicados revelando mais vídeos postados. Os vídeos que vão sendo clicados mostram Jacob em momentos felizes. Ao final, a voz-over diz “mas quando nos encontramos pela primeira vez na Uganda... foi em circunstâncias muito diferentes. Ele estava fugindo da morte”. A partir de então, começa-se a contar a história da vitimização das crianças na Uganda.

Se é que é mesmo possível pensar os sentidos valorativo-políticos desse novo sujeito como pertencentes à esfera do sagrado, seria, talvez, interessante questionar a formação desse espaço como o centro de um novo mundo em embrião, como o caos de onde surgiu/surge/surgirá a ordem em termos das noções de sagrado e profano. De certa forma, ele parece se configurar como um *axis mundi*: o local sagrado, descrito por Eliade (1954), de um simbolismo arquitetônico, “local de entrecruzamento entre o céu, a terra e o inferno” (idem, pg. 12), esse local também seria a passagem entre um e outro domínio. Para esse autor, o centro de um espaço sagrado representaria a zona de realidade absoluta. Esse é um pensamento perturbador para quem se dispõe a indagar sobre a composição das noções compartilhadas de realidade. “Agora nós nos vemos uns aos outros e escutamos uns aos outros”. Nessa chave, a internet parece ser, nessa construção de *Kony 2012*, o lugar onde a realidade se torna clara, acessível para todos. Ela também marca uma temporalidade mais próxima das temporalidades revolucionárias: marcando um nó no tempo em que tudo muda, ou, neste caso, um período em que o mundo está mudando: “Esta conexão está mudando a forma como o mundo funciona... o jogo agora tem novas regras”.

A profecia/utopia de novo mundo que aparece em *Kony 2012* não é nova. A campanha toma-a emprestada e reformula, a partir dela, as ações políticas do ativismo desse novo homem, segundo os moldes propostos pela *Invisible Children*. Há diversos manifestos ligados à internet. Como a genealogia dessa nova moral extrapola os limites deste trabalho, queremos apenas citar dois deles como fundamentadores da hipótese de que o apelo de *Kony 2012* funda-se em afetos que apesar de relativamente recentes, já estão em formulação há pelo menos três décadas. Ao aproximar estes modelos, encontraremos diferenças e semelhanças. As semelhanças são importantes pois podem se constituir em indícios desse novo *mythos* do qual compartilhamos e que nos afeta.

Um dos documentos aqui considerados como um exemplar do surgimento dessa utopia, “*A Cyborg Manifesto*”²², publicado pela primeira vez em 1985, onde Haraway (1991) elabora acerca do que esse novo ser humano tecnológico teria de potencialidades revolucionárias, o que ela denomina ciborgue. “Um ciborgue é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura da realidade social assim

22 Disponível em: <<https://netfiles.uiuc.edu/jwstone2/WAM/Haraway.pdf>> Acesso em 05 abr. 2012.

como criatura da ficção. A realidade se constitui de relações sociais vividas, nossa mais importante construção política, (é) uma ficção capaz de mudar o mundo". Haraway constrói por meio do ciborgue uma utopia pós-gênero, mas também uma utopia tecnológica e política.

O segundo documento para o qual gostaríamos de chamar a atenção foi publicado dez anos depois, em resposta à criação da lei das telecomunicações de 1996, por John Perry Barlow²³ "*A Declaration of the Independence of Cyberspace*". Um dos trechos mais significativos do manifesto diz:

Governos do mundo industrial, enfadonhos gigantes de carne e aço, eu venho do ciberespaço, o novo lar da mente. Em nome do futuro peço que vocês, representantes do que é passado, nos deixem em paz. (...) Estamos criando um mundo em que todos podem entrar sem privilégios ou preconceitos...

Junto do filme *Kony 2012*, estes documentos apontam para a elaboração dessa esfera digital como uma nova comunidade, que é, seguindo Anderson, como "real" e "irreal". De acordo com Anderson, toda comunidade é, no limite, fruto da imaginação, de uma elaboração coletiva que vai tomando "realidade" na medida em que compartilhada. Nesse sentido, o filme parece repousar na criação do imaginário de um espaço novo, que vem sendo elaborado coletivamente há algum tempo. Pelo fato mesmo de ser uma possível construção coletiva, não se trata de um projeto único, com uma intenção clara, mas de um território preñado de potencialidades, promessas e também de limites não previstos, e que, ao que parece, está sendo disputado ao mesmo tempo em que está sendo construído.

KONY 2012: OS (VELHOS?) LIMITES DA NOVA POLÍTICA?

O filme e a ONG sofreram uma onda de críticas vindas de diversos lados: colunistas nos jornais, questionamentos na televisão, mas principalmente vindas de internautas, que começaram a questioná-los dos mais diversos modos. Uma das razões pela qual o filme foi criticado está no fato do mesmo apresentar dados inconsistentes sobre o número de vitimados, sobre a real localização de Joseph Kony e uma apresentação mais consistente e detalhada deste.

Após um primeiro impacto positivo, a desconstrução segue tantos caminhos, que cria-se um estado que poderíamos chamar de "crise de realidade", no qual várias questões emergem acerca do que é "realmente real": "Kony está vivo ou morto? Foi capturado há anos, ou está a solta? Está na Uganda ou no Congo? É ele mesmo o malvado,

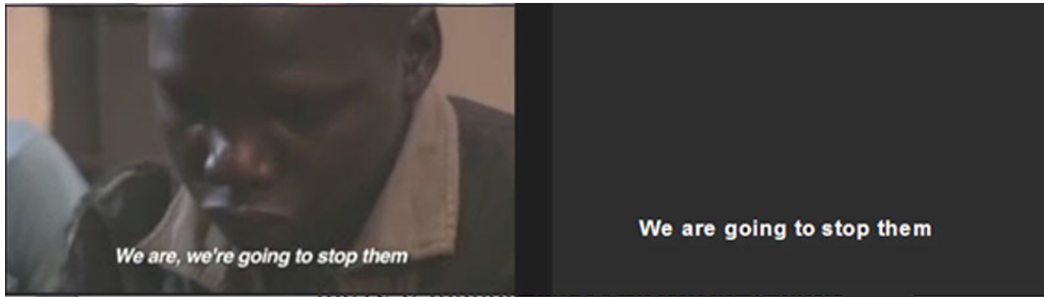
²³ Barlow era poeta, ensaísta, ciberativista e criador de gado, mas mais conhecido como vocalista da banda "Grateful Dead". O manifesto pode ser encontrado em: < <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html> > Acesso em 03 abr. 2012.

ou essa é uma desculpa para que o exército dos EUA possa entrar no país e controlar as reservas de petróleo locais? Existiu de fato algum genocídio, ou trata-se de tragédias pessoais, perpetradas por atores dispersos que não têm uma causa comum em qualquer movimento terrorista? O agenciamento de crianças na guerra foi uma só tática do LRA, ou o próprio governo da Uganda também se utilizou dessa tática? Quais são as reais intenções da ONG *Invisible Children*? Como eles conseguem seus recursos? Eles gastam esses recursos com as vítimas na Uganda ou fazendo propaganda política na forma de filmes, cartazes, palestras, e lobbies? Porque eles aparecem ao lado do exército da Uganda? Porque o filme chama uma *flashmob* para o dia 20 de abril, que é o aniversário de Hitler?"... E por aí segue.

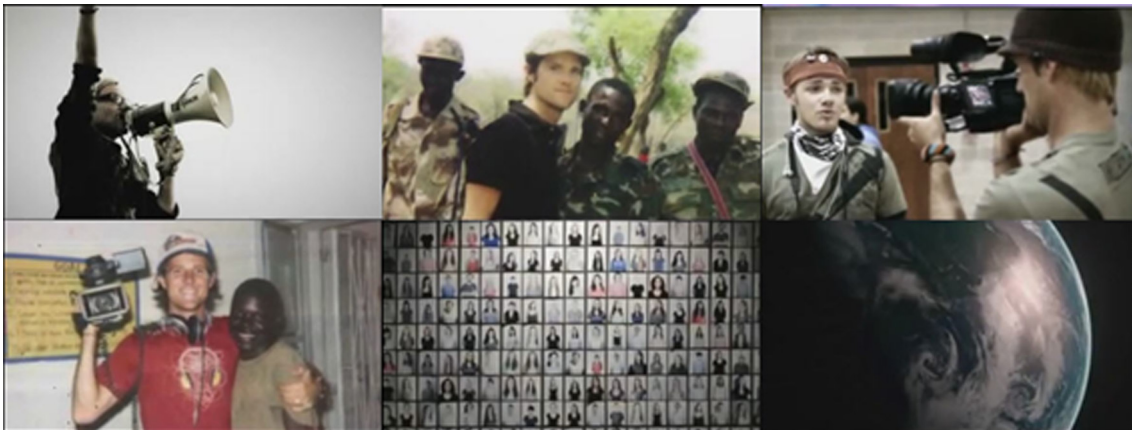
Seria preciso um estudo muito mais delicado desse momento de crítica para afirmar que há uma "crise de realidade" de fato. O que temos aqui são, no entanto, alguns indícios que possibilitam o questionamento de se não seria a própria noção do real que se impõe no centro desse drama: a hipótese é de que permeado de valores e utopias compartilhados, o filme *Kony 2012* adquire uma "realidade" tão perturbante que atrai para si a desconstrução. O que isso indica? Talvez isso aponte para o diagnóstico weberiano de que os valores estão presentes e vivos, mas somos incapazes de fazer escolhas a partir deles. É ainda preciso pensar no que isso significa em termos de uma mentalidade hodierna acerca do real. O que propomos é que ao invés de afastarmos a antiga noção totalizante de realidade como simplesmente falida, talvez seja necessário examinarmos seus caminhos e descaminhos mais de perto e com reflexividade, mesmo que esse "real" seja deveras fugaz. Um possível ponto de partida seria investigar mais de perto as versões dessa utopia, não para desvalorizá-la em lugar de uma outra noção de realidade, mas para através dela interrogar sobre os sentidos de realidade implícitos, e os sentidos de realidade com o qual ela se choca.

Há uma utopia que perpassa a narrativa de *Kony 2012*. É possível pensá-la como a versão dessa utopia ciborgue elaborada a partir da posição social desses atores específicos, da *Invisible Children*. Essa profetização da internet como a nova alavanca de onde se move o mundo parece permear a narrativa do filme, transformando a promessa pessoal de Russel ao garoto Jacob em uma espécie de liturgia da salvação do mundo.

No filme, após sermos tocados pela tragédia de Jacob, o Russel presente no contracampo, que é o Russel do passado e daquele momento da escolha diz ao Jacob que surge no écran e que chorava "nós vamos fazer tudo o que for preciso e vamos fazer com que eles parem". Há um fade-out e o écran fica escuro enquanto a última frase de Russel se repete como se fosse uma voz a falar diretamente à nossa consciência "Nós vamos fazê-los parar".



A voz-over diz “Eu fiz aquela promessa ao Jacob sem saber o que ela iria significar, mas agora eu sei. Nos últimos nove anos eu lutei para cumpri-la. E essa luta me trouxe aqui, a este filme”, enquanto fotos vão se seguindo, mostrando Russel em diversas situações como ativista na África e com Jacob, enquanto a voz-over diz “porque aquela promessa não envolve só a mim e Jacob, mas também você(s). E este ano, 2012, é o ano em que finalmente podemos cumprir aquela promessa”. Enquanto isso, nas imagens, enfileiradas, as fotos tipo 3X4 de diversas pessoas e a transição para a imagem satélite do planeta Terra a girar. “E se tivermos sucesso”, diz a voz-over, “mudaremos o curso da história”.



Estas seqüências tendem a comprometer o espectador, que tendo tomado posição frente à tragédia de Jacob representando as crianças da Uganda, é envolvido na esperança dessa promessa que agora nos envolve a todos. Novamente introduz-se o sentido de urgência no vídeo: esta parte da narrativa abre-se com o aviso em voz-over “Mas nosso tempo está acabando... Este filme expira em 31 de dezembro de 2012”. Neste sentido, a comunidade imaginada proposta no filme ganha uma missão, uma tarefa. No entanto, o “combate ao inimigo” vai se distanciar de um modelo mais idealizado do debate político democrático em que pesam o debate, o aprofundamento da discussão, a reflexão do papel das instancias de poder envolvidas e a elaboração de alternativas para

recorrer a estratégias mais condizentes com o sujeito imerso nas redes digitais.

Há sinais de que essa utopia corrente, que perpassa o filme, se quer solução não de um, mas de dois modelos mais velhos de democracia: o modelo que relega a participação ao voto no representante, a democracia representativa, mas também o modelo da democracia participativa que se pauta por envolvimento locais, discussões, assembleias, e representações de pautas que são levadas dos níveis locais para os regionais, e que é por demais trabalhosa e negociada com tanta dificuldade e morosidade. O ideal de que munido do poder da comunicação pela internet possa trazer uma espécie de democracia direta versão esfera digital põe os autores de *Kony 2012* no seguinte impasse: para que isso seja possível, seria preciso, do ponto de vista dos autores, realizar um evento midiático que antes de tudo trabalhe com uma linguagem que rapidamente promovesse resultados: a publicidade.

Observamos até agora dois campos onde o filme atua: na apropriação e reatualização dos *mythoi* presentes na rede na construção da sua narrativa e apoiando-se em um discurso utópico previamente em elaboração no ambiente digital. Com isso em mente, pergunta-se então se estes dois elementos são suficientes para afirmarmos que o que se observa no vídeo pode ser entendido como um fenômeno a ser observado do ponto de vista político. Benjamin (1994) fala do poder dos produtos culturais de instigar o espírito político da audiência. No jornalismo ou na literatura, ele fala da necessidade de se haver um desprendimento do autor de uma atitude que o detém de ser político. Isso aconteceria quando o autor se livrasse das amarras que o impedem de pensar livremente, seja pela condição de escritor burguês, seja pelo fato de ser economicamente dependente da mídia estatal, por exemplo. São em trabalhos como o teatro de Brecht, por propor a interrupção da ação como convite à tomada de posição do espectador quanto à ação e do próprio autor quanto ao seu papel, ou em fotografias legendadas, de forma a criar um sentido determinado, que o autor vai enxergar o fazer político. Diria Benjamin:

Se uma das funções econômicas da fotografia é alimentar as massas com certos conteúdos que antes ela estava proibida de consumir – a primavera, personalidades eminentes, países estrangeiros – através de uma elaboração baseada na moda, uma de suas funções políticas é a de renovar, de dentro, o mundo como ele é – em outras palavras, segundo os critérios da moda. (BENJAMIN, 1994, pg. 129)

Trazendo a discussão de Benjamin para o nosso objeto de estudo, é inevitável que nos questionemos se *Kony 2012* cumpre essa função política apontada por

Benjamim. Seria então preciso buscar evidências de que o autor²⁴ transforma a utopia compartilhada em conservadorismo ou se consegue se desvencilhar do mesmo. As pistas que Benjamim nos dá (acima) de como isso é feito tem a ver com a posição social desse “autor” e seus interesses materiais na reprodução da sua própria vida tal como ela é, ou seja, tem a ver com os limites do que para essa posição social se torna desconfortável, posto que implicam barrar o pensamento libertário, o que inclui a desconstrução e a crítica sobre si mesmo, ou sobre sua própria posição social e interesses. Dessa forma é que a posição social do autor se transforma em “amarras que o impedem de pensar livremente”. Mas se pensar utopicamente é pensar libertariamente, a utopia deixa de ser utópica ao se deter sem avançar sobre os limites dessas amarras, ou seja, o da desconstrução do próprio ponto de vista que fica confortável dentro desses limites.

O filme e a campanha da *Invisible Children* foram capazes de criar um engajamento online através, dentre outras coisas, da exploração da libido – o eixo psicológico dos desejos, que segundo Freud, entrariam em conflito contra o superego, ou contra a aceitação do mundo como ele é. As estratégias de sucesso do filme estão muito ligadas à condição desse sujeito contemporâneo em seu encontro com possibilidades libertárias dadas pela simples possibilidade de que a sua comunicação com outros seres humanos não passe necessariamente pelos centros de poder midiático. Nesse sentido também, não só o filme e a campanha, mas todo o que poderíamos chamar de “complexo ciborgue²⁵” é sem dúvida um fenômeno que chama a atenção.

O filme foi, além disso, capaz de transformar o externo, o exótico e o longínquo em uma causa viável para levar de adolescentes nos Estados Unidos, num primeiro momento, e depois em escala mundial. Por esse lado, ele foi capaz de romper a bolha das relações próximas, e dos interesses particulares, e levar essa vontade de um mundo diferente para um domínio mais universalizado.

Por outro lado, a versão do filme sobre as estratégias desse “ciborgue contra Kony” insinua indícios de que essa versão de ciborgue *a la Invisible Children* não se descola do seu berço, do local confortável onde ele se encontra “em casa”. Oferece esse conteúdo que já não é mais libertário, e se encontra transformado e retorcido, pois traz as marcas da transformação da ação política despertada pela denúncia do filme em clichês “da moda”, para mantermos a linguagem usada por Benjamin. Entre seus clichês estão a transformação do assunto dentro de uma lógica do *branding*, que se denota na forma

24 Na verdade os autores, se considerarmos “o autor” como uma coletividade representada talvez não só pela ONG, mas também por uma comunidade mais ampla que se identifica com suas ações e valores.

25 Ou que, em uma escala psicológica, e acompanhando Donna Haraway, poderíamos chamar de “complexo de ciborgue” para nos referenciarmos aos quereres desse Id que se liga às possibilidades da tecnologia comunicacional.

como são vendidos, por exemplo, os kits do ativista²⁶, mas com as várias formas como a campanha flerta com a lógica da publicidade (como será discutido no próximo tomo). Mas mais do que tudo, a versão ciborgue da IC não desconstrói seu lugar nos aspectos de sua relação com o outro enquanto civilizador, enquanto adulto protetor, enquanto xerife e bandido, e enquanto consumidor.

É de se perguntar: quais seriam as condições sociais que permitem que surjam esses *warlords* locais?²⁷ Toda guerra depende da compra de armas e a compra de armas só pode ser feita com a venda de recursos (ou por escambo direto entre armas e recursos). Sabemos o quanto o mercado é anônimo. Então uma dúvida terrível pesa sobre o ciborgue: será possível que os recursos pelo controle dos quais se guerreia na África central, será que os mesmos recursos com os quais eles compram armas para as crianças, são também recursos que permitiriam essa nossa revolução tecnológico-comunicacional da qual a própria existência do ciborgue depende? O ciborgue versão IC não quer se perguntar esse tipo de coisa, e é por isso que ele projeta sua culpa nessa figura jesus-hittleriana, à qual denomina Kony, essa encarnação do mal cuja extirpação trará a cura ao mundo.

BRANDING KONY

Como sugerimos no tópico anterior, não apenas o vídeo, mas toda a campanha *Kony 2012* flerta com diversas estratégias provenientes da publicidade. A começar do propósito do vídeo em si: tornar Joseph Kony conhecido mundialmente. Para isso, além de usar estratégias mais corriqueiras, como a promoção de palestras e debates com pessoas vítimas do LRA nos Estados Unidos, a *Invisible Children* preferiu transformar *Kony 2012* em uma marca.

Para isso, tem usado de diversos artifícios, dos quais se destacam a marca em si e os cartazes da campanha. Na figura abaixo, observamos o cartaz produzido pelo artista Shepard Fairey e junto a ele o logotipo da campanha.

26 Nos dizeres do site de vendas da IC: "People will think that you're an advocate of awesome" o que, com dificuldades nas transposições de termos juvenis, traduziríamos para "As pessoas vão pensar que você é um defensor do superlegal". ver em < <http://invisiblechildrenstore.myshopify.com/collections/t-shirts/products/kony-kit>>. Acesso 18 abr. 2012.

27 com respeito aos quais o verdadeiro Kony pode ser considerado como apenas um representante.

Figura 1 - Cartaz de Shepard Fairey para a campanha Kony 2012



Disponível em: < http://1.bp.blogspot.com/-OZwQ_w3y4TU/T1dju5hYQaI/AAAAAAAAAEtI/tTzaDKUoehk/s1600/tumblr_m0hars78tH1rrns8mo1_1280.jpg>. Acesso em 03 abr. 2012.

Shepard Fairey ficou famoso mundialmente depois de ter criado o cartaz para a campanha presidencial de Barack Obama que trazia a face do agora presidente produzida com traços que lembram o cartaz acima e com a palavra *hope* logo abaixo. O cartaz é extremamente didático em sua proposta. A composição das faces de Adolph Hitler, Osama Bin Laden e Joseph Kony logo à frente é de clara interpretação de sentidos desejados. Inimigos da história e da ordem mundial juntos, lado a lado. Da história ocidental, diga-se de passagem, da qual a África mais sofreu do que tirou vantagens. Assim, nivelar três personagens tão distintos de histórias tão separadas tem um possante efeito simbólico, mas também gera um estranhamento que pode dar lugar a um olhar mais crítico. Como, por exemplo, criar um discurso do mundo todo contra Joseph Kony e

usar como referência de maldade Osama Bin Laden? Pode fazer sentido do ponto de vista ocidental, mas é problemático sob a ótica da representação simbólica do líder para o mundo árabe, como nos mostra Jenkins (2009)²⁸.

A imagem de Hitler incomoda da mesma maneira, quando partimos de outras interpretações da “realidade”. Uma interpretação mais pautada pela noção da história como processo material, que se opõe à interpretação da história como atos de líderes loucos e iluminados, põe em pauta outros motivos que levariam à Segunda Guerra Mundial: A Alemanha, dado seu estabelecimento tardio enquanto estado-nação, pouco participara das políticas imperialistas que direcionaram as ações de diversos países europeus entre o final do século XIX, início do XX, tendo como principal alvo a África e a Ásia. O sentimento reprimido da criação de um império alemão teria motivado as ações brutais ocorridas²⁹. Essa versão da história marca o peso do ocidente no atual desastre político em que se encontram diversos países na África. O peso dessa representação histórica é demasiadamente inferior aos *mythoi* e à utopia da participação direta presentes nas construções de sentido de *Kony 2012*³⁰. Em última instância, notamos que essa representação da história em si pouco importa para a narrativa, dado que se trata de identificar o câncer e extirpar o mal. É melhor a simplificação para que haja êxito, o que significa neste caso dividir a estória entre homens bons (Russell, Gavin, Jacob, o espectador) e homens maus (Kony, Bin Laden e Hitler). Isso pode indicar que as escolhas com respeito ao que constitui e o que deixa de constituir a “realidade” passam pelo eixo da eficiência, ou dito de outro modo: Como seria possível extirpar um mal que é difuso?

28 Em *Cultura da Convergência*, o autor cita o caso de uma foto de Osama Bin Laden que foi colocada lado a lado com um personagem da Vila Sésamo, o Beto. A foto foi criada por um estudante filipino-americano para uma série satírica intitulada “Beto é do mal”. Um editor de Bangladesh localizou a foto na internet e, dada a qualidade da imagem, julgou-a adequada para que fosse impressa em cartazes e camisetas em prol do líder, sem notar a imagem do personagem ao lado, pois o personagem não era conhecido no mundo árabe. As imagens da passeata nas ruas geraram esse estranhamento da fusão das culturas, mesmo que por equívoco, quando historicamente havia um conflito em ebulição.

29 Não se trata aqui de fazer um perigoso revisionismo histórico que bote em dúvida as ações brutais do regime nazista, ou que negue a existência dos campos de concentração. No entanto, ações talvez igualmente brutais das outras nações envolvidas diretamente e indiretamente no conflito simplesmente somem frente à noção desse vilão Hitler/Alemanha nazista. A cooperação das outras nações, o estabelecimento de campos em outras nações, e outras ações desaparecem frente a força dessa representação do mal.

30 Em *Cosmos and History* (pg. 141 a 162), Eliade aponta, no entanto, um sentido em que o nosso entender moderno da história poderia comprometer nossos valores e a afetos: ao passarmos a um entendimento da história como processo de tempo linear nos botamos na posição de herdeiros da história, e, paradoxalmente, de responsáveis por ela. Dessa forma, também ao nos pensarmos como herdeiros e vítimas da história como processo, indica Eliade de uma maneira perturbadora, nos colocamos, de certo modo, em uma relação de responsáveis hoje por atos do passado. Apesar desse não ser o sentido de responsabilidade com o qual o filme *Kony 2012* trabalha, pode-se dizer que de certa maneira, também a interpretação da história como processo pode trazer à baila afetos ligados a outro sentido de responsabilidade, mas não necessariamente. Ao reconhecer essa questão do sofrimento, ou dos afetos modernos ligados à sua noção de si, Eliade passa a pregar um retorno ao primitivismo, posição com a qual não compartilhamos. As escolhas de Eliade não invalidam o problema original do sofrimento como questão, ou seja, de como nossa noção de realidade nos pode fazer sofrer e como ela pode incorrer em uma forma de perspectiva valorativa.

Em *O Império do Efêmero*, Lipovetsky (2009) discorre sobre a cultura industrial, cuja linguagem serve de base para a campanha que analisamos. O estranho efeito das imagens citadas acima é em parte explicado quando observamos as palavras do autor que afirma que:

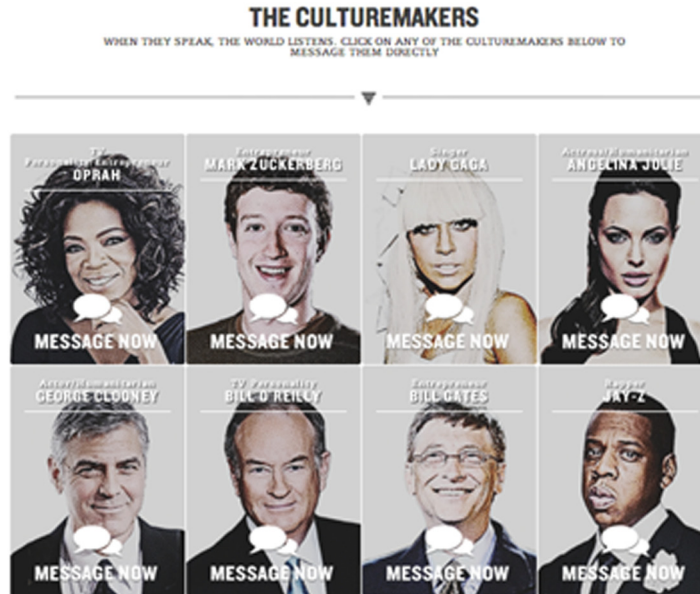
Para a cultura industrial, o presente histórico é medida de todas as coisas, ela não temerá a adaptação livre, o anacronismo, a transplantação do passado no presente, a reciclagem do antigo em termos modernos. Enfim, porque é uma cultura sem rastro, sem futuro, sem prolongamento subjetivo importante, é feita para existir no presente vivo. (Idem, pg. 244).

Ao observamos o nivelamento dos vilões proposto pelo quadro, notamos esse mesmo tratamento no que diz respeito à posição de personalidades históricas que são também realocadas geograficamente, trazidas para o presente e remodeladas dentro de uma narrativa moderna. Esse nivelamento tem seu espelho em uma noção de história como sempre-o-mesmo, uma narrativa de mocinhos e bandidos cujo contexto parece desaparecer como um mero pano-de-fundo exótico.

O logo da campanha traz também outra imagem de fácil compreensão. Trata-se do triângulo invertido, numa referência à proposta da campanha de motivar a base social a promover mudanças no topo. Essa inversão é vista em algumas passagens no vídeo e o mesmo vemos aqui no cartaz. O uso da base como agente de transformação também foi usado durante o ano de 2011 nos protestos contra a crise mundial que começaram nos Estados Unidos com o *Occupy Wallstreet*. Uma das máximas dos protestos era dizer que 99% da população não poderia pagar pelo que apenas 1% da mesma havia feito (numa referência aos bancos e outros responsáveis pela crise).

A inversão da base da pirâmide também nos leva a outra estratégia usada pela ONG: o uso de celebridades e políticos de alta escala como alvo de mensagens e “pressão social”. O site da campanha fornecia um link direto para que as pessoas enviem mensagens diretamente a essas personalidades pedindo para que mencionassem Joseph Kony. Entre as celebridades apontadas estão George Clooney, Angelina Jolie e Bono Vox, todos já bastante conhecidos como participantes ativos de causas políticas globais.

Figura 2 - The Culturemakers



Fonte: (não está mais disponível) ³¹

A aproximação de celebridades a marcas é uma estratégia clássica na publicidade para agregar valor à marca, seja por meio da imagem ou ainda por testemunho. A marca ganha um espectro mágico com o uso da celebridade. O mundo de fantasia do *show business* é trazido às marcas por essa aproximação. Tão menos é novidade o uso desse artifício em campanhas solidárias. Das mais famosas e de maior sucesso midiático, basta lembrarmos da campanha *We're the world*, que motivou e engajou milhões pelo mundo nos anos 80 ao pedir recursos para acabar com a fome na Etiópia. *We're the world, we're the children, we're the ones to make a better day, so let's start giving*, dizia o refrão da famosa canção.

Lipovetsky (op. cit.) nos mostra como o culto contemporâneo às celebridades está ligada a uma mitologia centrada na vida privada. O autor demonstra que a adoração a personalidades passou por um processo de “democratização” que as dessublima, as dessacraliza, tornando-as mais próximas de nós. Para o autor:

É porque não há uma desigualdade substancial entre os indivíduos que se abre a possibilidade de uma adoração em que o ser mais admirado é ao mesmo tempo um confidente, um irmão mais velho, um diretor de consciência, um amante desejado, em que o prestígio mítico não exclui o desejo de conhecer os detalhes da vida íntima e a proximidade-espontaneidade dos contatos. A paixão amorosa liberta de todo código social imperativo pode investir nas figuras mais distantes, sem regra, segundo as impulsões variáveis de cada um. (Idem, pg. 257).

³¹ A imagem trata-se de um recorte do print-screen tirado do site da campanha em 20 de março de 2012. Encontrava-se posicionado logo abaixo do vídeo Kony 2012. Ao longo do tempo, a página do IC foi sendo modificada e esse recurso foi retirado.

Assim, vista dessa maneira, o uso de celebridades na campanha funciona muito bem na ênfase em que é dada na construção de uma narrativa que enaltece a vida privada. Da mesma forma que as celebridades agem em prol de causas sociais, o indivíduo, talvez pelo efeito que a igualdade democrática provoca, sente-se capaz, dentro de sua esfera privada mediada pelo computador, de agir da mesma maneira.

Podemos dizer então que, tanto como agora como no passado, há um esforço para transformar uma causa africana em uma pauta *pop*. A diferença é a comunicação em rede de agora, que tende a diminuir a relação de espaço-tempo e, ao fazê-lo, colabora com a multiplicação dos signos compartilhados, eliminando deles referências de localização geográfica em prol de uma estratégia de linguagem global. Por meio de ferramentas de comunicação digital, celebridades ganham voz própria (não mediada pela mídia corporativa) e sua audiência comunica-se com elas diretamente, como no caso dos links disponibilizados no site da ONG. O espaço expande-se (da África para o mundo) e é nivelado (todos numa mesma comunidade imaginária). O tempo é veloz, transforma um desconhecido em causa global em poucas semanas. Porém, a mesma velocidade traz como companhia o efêmero, que parece ser o que presenciamos neste caso analisado.

CONCLUSÕES

Procuramos analisar neste trabalho os motivos pelos quais o vídeo *Kony 2012* tornou-se um fenômeno mundial de audiência online. O fato de o vídeo trazer uma causa política com tema principal apontou para muitos uma mudança no direcionamento nos modos de se fazer política no mundo contemporâneo, inspirado nos fenômenos contemporâneos de mobilização social envolvendo a comunicação digital.

Entendemos que o vídeo se apoia num espectro de valores contemporâneos (representados aqui pela ideia dos *mythoi* como valores pró-narrativos) cujas versões são multiplicadas, espalhadas e compartilhadas em escala global pela internet. Estes valores assim narrados e renarrados são construídos a partir da experiência do usuário com inúmeros fragmentos narrativos expostos diariamente na internet (os memes). Essa experiência gera um tipo de memória afetiva compartilhada. O filme *Kony 2012* parece se apoiar tanto nessas narrativas como em uma utopia compartilhada que diz respeito a esse novo ator social, o internauta, e seu lugar em um novo mundo que se reconstrói a partir da internet.

A mobilização dos afetos que esse filme gera parece depender desses signos e valores que são comuns aos espectadores aos quais ele se dirige. Ao apoiar-se nesses elementos, o filme revela uma possibilidade efetiva da construção dessa comunidade

imaginada, ao mesmo tempo em que ilumina essa elaboração que o antecede. A análise do filme parece indicar a possibilidade de que a elaboração desse novo sujeito se dê em função de um nivelamento das experiências privadas (vida privada, família, crianças) como elementos capazes de criar essa experiência comum que se busca.

A esses elementos agregam-se as estratégias de publicidade e *branding* emprestadas do mundo corporativo que colaboraram para projetar o vídeo na dimensão que chegou. Por emprestar-se das facilidades da linguagem corporativa, o vídeo perde-se no efêmero, fundindo o mundo pop e da moda com tensões políticas de cunho mais amplo.

Entendemos que apesar do sucesso apresentado, visto do ponto de vista do sujeito político que o vídeo constrói e ao qual se dirige, o filme tem uma eficácia questionável, pois da mesma forma que seu movimento impulsiona a ação imediata (o clicar para enviar uma mensagem e o clicar para comprar produtos), ele logo se volta contra si na forma das múltiplas decepções com a campanha. Ao vender sem entregar, é possível que a campanha acabe contribuindo mais para os aspectos indiferentes do que engajados deste novo sujeito. Do ponto de vista da construção de sua proposta, ao dialogar com o efêmero, ele é mais uma proposta de construção de identidade que embarca nas questões trazidas pela pós-modernidade, sem resolver as questões da modernidade às quais ele se opõe e propõe como solução, colocando-se em um impasse.

A despeito da perspicácia e contemporaneidade de sua proposta de conectar elementos distintos num mesmo patamar (o internauta que se conecta aos famosos e aos políticos de uma forma vista pelo prisma do filme como direta), essa visão de mundo propõe mais problemas que soluções ao encobrir que a proposta não alcança nem todos cidadãos, nem possibilita um debate amplo, nem ao menos é capaz de elucidar a “realidade”, pois não se realiza como o dispositivo pan-óptico que se propõe a ser. Ao escolher ser o mais eficiente do ponto de vista comunicacional, acaba se perdendo em profundidade.

Do ponto de vista do seu impacto sobre o ser político que ele visa construir, acabou gerando uma situação em que este permanece perdido em uma “crise de realidade”. O reflexo disso são os vídeos de resposta que agem com a volta do pêndulo em direção de um ceticismo exacerbado que procura refúgio no esclarecimento, reforçando a ideia de que é preciso saber mais antes de tomar uma atitude. Mas como dito antes, estes são apenas apontamentos, pois este é um estudo que se centra na proposta do filme. Entendemos que seria muito interessante estudar os caminhos que tomam as inúmeras reações que o filme gerou.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, B. **Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism**. New York: Verso, 2006.
- BENJAMIN, W. O autor como produtor. In: **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- DAWKINS, Richard. **The Selfish Gene**. New York: Oxford University Press, 2006.
- ELIADE, M. **Cosmos and History: the Myth of the Eternal Return**. New York: Harper and Brothers, 1954.
- HARAWAY, Donna. A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century. In: **Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature**. New York: Routledge, 1991, pp.149-181.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEVI-STRAUSS, C. A Estrutura dos Mitos. In: **Antropologia Estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1985, pp.237- 265.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MENEZES, P. Representificação: As relações (im)possíveis entre cinema documental e conhecimento. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v 18, nº 51, fevereiro, 2003.
- SCHUTZ, Alfred. La Formulacion de Nuestro Problema: Los Conceptos Metodologicos de Max Weber. In: **La construcción significativa del mundo social**. Barcelona: Paidós, 1989.
- SORLIN, P. **Sociología del Cine: la apertura para la historia de mañana**. México: Fondo de Cultura Económica, 1985.