

Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano
Artigos Seção Dossiê IV Seminário Mídia e Cotidiano
Número 1. 169-188 janeiro/abril 2013
© 2013 by UFF

A AÇÃO POLÍTICA NO COTIDIANO: a mídia tática como conceito operacional para pesquisas em mídia, cotidiano e política¹

POLITICAL ACTION IN EVERYDAY LIFE: the idea of tactical media as an operative concept to researches about media, everyday life and politics

ANNE CLINIO²

Resumo: O artigo apresenta a ideia de mídia tática, formulada por Lovink e Garcia (1997), como conceito operacional para pesquisas que articulam campos como mídia, cotidiano e ação política. O trabalho explora as definições, controvérsias, fragilidades e potencialidades do conceito, aqui compreendido como uma tentativa de nomear formas de ação política da chamada micropolítica.

Palavras-chaves: ação política; micropolítica; mídia tática; Brasil.

Abstract: The paper presents the idea of tactical media, formulated by Lovink and Garcia (1997), as operational concept for researches that articulates fields such as media, political action and everyday life. This work explores definitions, criticism, weakness and potentialities of tactical media concept, here understood as an attempt to name political action at micro level.

¹Este artigo é um desdobramento da dissertação “Mídias táticas no Brasil: dinâmicas de informação e comunicação”, defendida no ano de 2011 como requisito parcial do curso de mestrado em Ciência da Informação pelo convênio Ibict – UFRJ, com orientação da professora Sarita Albagli e cujo objetivo principal foi problematizar as possibilidades e limites da apropriação social da Internet por grupos não hegemônicos.

²Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Mestre e Doutoranda em Ciência da Informação pelo convênio Ibict- UFRJ, e-mail anne@clinio.net

Keywords: political action; micropolitics; tactical media; Brazil.

Introdução: em busca de uma definição para mídia tática

Mídias táticas são o que acontece quando mídias baratas tipo 'faça você mesmo', tornadas possíveis pela revolução na eletrônica de consumo e formas expandidas de distribuição (do cabo de acesso público à internet), são utilizadas por grupos e indivíduos que se sentem oprimidos ou excluídos da cultura dominante. A mídia tática não apenas noticia eventos, porque elas nunca são imparciais, elas sempre participam e é isto que mais do que qualquer outra coisa as separa da mídia *mainstream*. (GARCIA; LOVINK, 1997)

A definição acima é a primeira conceituação formal da ideia de mídia tática, elaborada por Geert Lovink e David Garcia publicada no texto “O ABC da Mídia Tática”, que circulou através da lista de discussão Net.time no ano de 1997. O conceito é fruto das discussões da primeira edição do Next Five Minutes (N5M), um festival sobre arte, política, ativismo e mídia, realizado em Amsterdã em 1993³ com artistas e ativistas dos Estados Unidos e da Europa, incluindo artistas dissidentes e ativistas Samizdat⁴ da ex-URSS que, a despeito de suas diferenças ideológicas, se interessavam em explorar as possibilidades dos aparelhos eletrônicos domésticos como meio para a mobilização social – o que veio a gerar práticas e estéticas próprias da mídia tática (LOVINK, GARCIA, 1999).

³ A primeira edição do N5M foi realizada em 1993 e seus registros são escassos ou de difícil acesso. O caráter político do festival dedicava-se então às potencialidades de outros meios de comunicação, especialmente a televisão. Foram realizadas mais três edições do evento, nos anos de 1996, 1999 e 2003, mas Lovink destaca que o N5M nunca primou pela estabilidade, no que tange a sua organização, periodicidade ou até mesmo meio de divulgação (sites). Desde suas origens, o festival constituiu-se como uma mobilização temporária de indivíduos e instituições para realizar uma ação pontual e efêmera (LOVINK, 2011).

⁴Atividade promovida por dissidentes do bloco soviético, em que indivíduos copiavam à mão publicações censuradas pelo governo, fazendo sua distribuição de mão em mão.

Sobre o conceito, a seção de “Perguntas Frequentes” da segunda edição do N5M, realizada em 1996, informa:

O termo “mídia tática” se refere a uma utilização crítica e teorização das práticas de mídia que recorrem a todas às formas de mídias, antigas e novas, ambas lúcidas e sofisticadas, para a realização de diversos objetivos não comerciais, impulsionando todos os tipos de questões políticas potencialmente subversivas. (N5M, 1996)

Tal “utilização crítica” é exemplificada no site da segunda edição do festival N5M pela atuação de ativistas dos movimentos altermundialistas, equivocadamente chamados de antiglobalização; a ação de ativistas que veiculam programas de rádio em transmissores de baixa potência ou daqueles que elaboram vídeos com câmeras digitais e distribuem sua produção pela Internet. Outras práticas listadas são o trabalho de programadores de software livre e de código aberto, a arte midiática e pesquisas sobre a política e a economia das tecnologias da informação. Destacam-se ainda as tecnologias sem fio que viabilizam acesso barato à Internet de banda larga para comunidades.

Como explicitado por sua primeira definição, a mídia tática não tem pretensão de noticiar eventos e de manter-se imparcial frente aos fatos da atualidade, tal qual é propalado pelo jornalismo tradicional. É uma prática que se assume, desde o princípio, como parte interessada no processo. Ela não se separa dos fatos, mas participa de sua construção. Por isso, as ações em mídias táticas tendem a se vincular a movimentos sociais.

Lovink e Garcia (1997) afirmam que as diferenças do vínculo de movimentos sociais e praticantes de mídias táticas nos Estados Unidos e na Europa Ocidental (que realizam campanhas de mídia desvinculadas de um movimento social mais amplo) e ativistas e artistas oriundos da Europa Central e Oriental (que tendem a ser integrantes dos movimentos sociais) não impedem que os praticantes de mídias táticas compartilhem uma agenda, construída pela identificação de um opositor comum, ao qual serão aplicadas ações

conjuntas através de alianças relativamente frouxas e temporárias. Por exemplo, o chamado movimento antiglobalização, que promoveu mobilizações massivas nas ruas de Seattle (1999) e Gênova (2001) é fruto de uma articulação dos movimentos sociais e praticantes de mídias táticas pela “recusa em deixar o processo de globalização a cargo de bancos e multinacionais, combatendo o capital global com campanhas também globais”.

Uma característica considerada inovadora da mídia tática é que sua mobilização não se organiza por processos identitários cuja função é uniformizar e identificar aqueles que são considerados integrantes de um movimento, prescrevendo seu comportamento e modo de pensar. Nas palavras de Lovink e Garcia (1997), “nossa meta é manter nossa mobilidade, nossa velocidade, para evitar a paralisia inferida pelos questionamentos essencialistas sobre tudo, no qual todo mundo é objeto de suspeita e nada é possível de ir além”.

Neste sentido, a mídia tática é vista como “uma ferramenta para criar uma 'zona de consenso temporário’” ou uma “zona livre de dialética”, em que alianças inesperadas são forjadas, mantendo-se sempre o direito de desconectar-se quando oportuno (LOVINK, GARCIA, 1999). Segundo os autores, os vínculos temporários engendram uma mobilidade e hibridização que não representam uma ideologia, meta ou escolha, mas um reflexo da realidade e da necessidade de se recuperar a imaginação, desvencilhando-se de práticas de resistência esvaziadas ou que já não fazem mais sentido.

As mídias táticas se baseiam em um princípio de resposta flexível, de trabalho com diferentes coligações, sendo capaz de se mover entre as diferentes entidades na vasta paisagem midiática sem trair suas motivações originais [...] Mas é, acima de tudo, mobilidade o que mais caracteriza o militante tático. O desejo e a capacidade de combinar ou pular de uma mídia para outra, criando um contínuo suprimento de mutantes e híbridos. Para atravessar as fronteiras, ligando e religando uma variedade de disciplinas e sempre aproveitando ao máximo os espaços livres na mídia, que estão continuamente aparecendo devido ao ritmo das mudanças tecnológicas e as incertezas regulatórias. (LOVINK, GARCIA, 1997)

Richardson (2002) parece discordar de Lovink e Garcia na inclusão da *plataforma open-publishing* do Centro de Mídia Independente como mídia tática, afirmando que a imprensa alternativa e a grande mídia são dois lados de uma mesma moeda, de práticas comunicativas comprometidas com visões ideológicas, cujo projeto é fazer valer sua visão única de mundo. Assim, ambos se constituiriam como peças de propaganda.

Mesmo em um projeto como a Indymedia também estão presentes pretensões de mídia de massa para ser uma forma verdadeira, autêntica, democrática da representação, que se opõe ao escudo mídia com falsas contraindicações feitas a partir de um contraponto de vista - uma perspectiva que não é questionado porque é assumida como natural [...] Muitas vezes os alternativos são peças de propaganda, mas como propaganda nunca examinou a sua própria posição, tornando-se estratégica e dogmática como principais meios de comunicação, foi apenas o conteúdo da sua mensagem que diferiam. (RICHARDSON, 2002)

Para a autora (2002), o rótulo mídia tática se tornou *cool* e vem sendo associado a adjetivos como “bom, progressivo, alternativo” e alerta que a ampliação da sua definição pode causar seu esvaziamento, tornando-a sem sentido. O coletivo norte-americano Critical Art Ensemble (CAE) é, todavia, mais contundente ao afirmar que a própria nomeação do conceito contribui para o seu esvaziamento na medida em que cria uma historicidade para a tendência da convergência das ações de resistência nos campos políticos e culturais⁵. O CAE (s/d) alerta que conceituar as ações estabelece padrões, congelando aquilo que a mídia tática tem de mais interessante, a sua inventividade, fluidez e mobilidade. Para o grupo, a mídia tática se tornou um “*catch-all*” que agrega diversas práticas, algumas vezes contraditórias.

⁵Em geral, atribui-se a sua origem ao fenômeno do renascimento do midiativismo no final dos anos 1980 e início da década de 1990, influenciado pelo contexto político da queda do Muro de Berlim (e a perspectiva do capitalismo como horizonte único), e o crescimento da produção midiática viabilizada por equipamentos baratos e de fácil utilização (LOVINK, 2011, p. 277).

Chegar a uma definição estável do conceito⁶ não parece ser uma preocupação para Lovink (2010). O autor afirma que mais importante do que obter a um consenso é destacar que o termo vem sendo adotado por inúmeros grupos e indivíduos em todo o mundo.

O que reúne estas iniciativas táticas é seu design cuidadosamente trabalhado, o sentido estético, que vai além da questão de gosto. Não é nem bonita nem feia, boa nem má, a mídia tática simplesmente aparece, impacta e torna a desaparecer. No lugar do antigo padrão de negação e recusa, a mídia tática envolve criadores e usuários, produtores e espectadores, em um jogo de aparições e desaparecimentos. (LOVINK, 2010, p. 3)

Apresentada algumas controvérsias em torno de sua definição, o presente trabalho compreende a mídia tática como um conceito guarda-chuva que reúne práticas que parecem se constituir como inovações no campo político, mas cujas bases podem não ser exatamente inéditos, ainda que revigorados por usos inovadores de novas tecnologias. A ideia se refere a formas de ativismo surgidas a partir da década de 1990 com auxílio de tecnologias da informação e da comunicação (TICs) do tipo “faça você mesmo” (*do it yourself*), sendo, todavia, imprecisa e frágil, agrupando um amplo espectro de práticas não consensuais entre os seus estudiosos. Apesar da pluralidade de tipos de ação, é possível afirmar que tais iniciativas se caracterizam por uma atuação temporária e fugidia, do tipo “bater e correr” (*hit and run*).

O *do it yourself* (e a gambiarra brasileira)

Segundo Stalder (2009), a origem das mídias “faça você mesmo” remonta o final dos anos 1960, quando tecnologias de informação e comunicação baratas e fáceis de utilizar

⁶ Cerca de quinze contribuições de 11 autores sobre o conceito de mídia tática podem ser encontradas no site “Tactical media, the virtual case Project at NYU” - o que revela que este novo conceito é, todavia, impreciso em sua formulação.

foram apropriadas por indivíduos que se consideravam sub-representados ou mal representados pelos veículos de comunicação de massa para criar uma expressão própria. Esta primeira fase foi especialmente relevante no contexto das lutas das minorias sociais, culturais e étnicas e na propagação das mídias comunitárias baseadas em rádio e TV.

O “faça você mesmo” é uma ética impregnada por referências da cultura *punk* e de uma tradição anarquista de autogestão, expressa no popular slogan "*DIY not EMI*", como rejeição às grandes gravadoras, exemplificada aqui pela corporação multinacional EMI. Jello Biafra, vocalista da banda The Dead Kennedys, resume esta ética no lema "*Don't hate the media, be the media*"⁷ como estímulo a criação de novas formas de comunicação com o público. Surgem fanzines com uma estética marcada pelo uso de fotocopiadoras, esquemas de produção independente e distribuição de música via Correio.

No Brasil, a ética “faça você mesmo” é um tema com desenvolvimentos próprios a partir do conceito de gambiarra formulado por Rosas (2006). Na cultura popular, ela é sinônimo de improviso. Mais do que um simples quebra-galho, o conceito de gambiarra se revela a potência do seu inventor uma vez que é o resultado da astúcia daquele que a constrói, contrapondo-se à ideia de solução planejada, projetada a partir de métodos pré-definidos. Ela é um processo inventivo, de reapropriação de materiais disponíveis em uma forma alternativa de design que cria soluções momentâneas ou permanentes para demandas reais. A gambiarra é engenho e adaptabilidade frente às condições dadas.

Rosas (2006) considera a gambiarra como uma prática “endêmica” no Brasil e sugere a elaboração de uma teoria que contemple uma práxis presente em áreas empobrecidas, na atuação de ambulantes, camelôs, *geeks*, midiativistas e praticantes de mídias táticas.

Consciente ou não, em muitos momentos, a gambiarra pode negar a lógica produtiva capitalista, sanar uma falta, uma deficiência, uma precariedade, reinventar a produção, utopicamente vislumbrar um novo mundo, uma revolução, ou

⁷ Este lema é posteriormente adota pelo Centro de Mídia Independente.

simplesmente tentar curar certas feridas abertas do sistema, trazer conforto ou voz a quem são negados. A gambiarra é ela mesma uma voz, um grito de liberdade, de protesto ou, simplesmente, de existência, de afirmação de uma criatividade inata. (ROSAS, 2006, p. 47)

Campos de disputa das mídias táticas

A exploração de aparelhos eletrônicos domésticos como meio de organização e mobilização social criou práticas e estéticas. Segundo Stalder (2009), a origem dos primeiros grupos em mídia tática se localiza no campo artístico, cuja crítica pretendia reintroduzir a arte nos planos do cotidiano e do coletivo. Por isso, valorizava-se a criatividade do amador em detrimento do culto ao profissional especialista.

A fase de 1993 a 1999 é considerada por Lovink (2010, p.1-2) a “era de ouro” da mídia tática, pois impulsionou a experimentação de formas alternativas de narrativa, produzindo um “sentimento de que as atividades com motivação política não faziam mais parte de um círculo fechado e identitário”. Operam no campo simbólico através da desconstrução de imagens já estabelecidas, de intervenções temporárias como ações de furtos e sequestros simbólicos, especialmente anúncios e marcas de corporações multinacionais, de modo a revelar a não coincidência entre aquilo que é dito como argumento persuasivo e aquilo que representa como valor ou consumo. A efemeridade das ações explicita que as mídias táticas não têm pretensão de se constituir como representação, pelo contrário, questionam qualquer tipo de autoridade de maneira lúdica e irônica, produzindo tensões. Aqui, o artista é compreendido como “pensador, um criador de estratégias que vão reverberar.” em contraposição à noção de “gênio individual” (ROSAS, s/d).

Além de disputar o campo simbólico, os grupos de mídias táticas também atuam sobre os dispositivos técnicos que produzem transformações nas relações sociais, na forma de subjetividade e linguagem. Ou seja, nas mediações técnicas dos meios de comunicação. Como

sublinha Lara (2008, p 52), “este é um tipo de ativismo político que, através de meios técnicos, pretende infiltrar-se na construção de sistemas de produção de subjetividades, criando canais e plataformas de comunicação e sociabilidade”. Este segundo campo de ação abarca lutas contra os monopólios técnicos, negociações políticas e questões jurídicas, sustentadas pela desmesurada força do poder econômico de grandes corporações e que constituem um sistema de informação e comunicação restrito e excludente, orientado apenas para fins mercadológicos.

Sobre os limites e possibilidades de cada campo, o CAE destaca a necessidade de interação entre eles:

Transformar a ordem simbólica não é suficiente para mudar completamente uma cultura – a ordem material há que ser reconstruída também – mas os deslocamentos no domínio simbólico são contribuições necessárias para criar uma agenda de mudanças. A mídia tática funciona da mesma maneira. É apenas uma parte do sistema de resistência; não o sistema como todo (CRITICAL ART ENSEMBLE, s/d)⁸.

As transformações no campo simbólico promovem mudanças no modo de pensar, introduzindo novos valores em um sistema de crenças antes estabilizado. A mudança de mentalidade é o primeiro passo para a mudança cultural e política que se materializa tanto na adoção de novos hábitos por porções mais progressistas quanto na constituição de movimentos reacionários por parcelas mais conservadoras da sociedade.

Ações consagradas e exemplos de táticas

Algumas iniciativas consideradas consagradas em mídias táticas (Lovink, 2010) são a sabotagem de publicidade dos Adbusters, as versões satíricas de sites produzidos

⁸No original, “Changing the symbolic order is not enough to completely transform a culture - the material order has to be reconstructed as well - but shifts in the symbolic realm are a necessary contribution to an overall agenda of change. TM functions in the same way. It is only a part of the system of resistance; it is not the system itself.” (Critical Art Ensemble, s/d).

©TMark, a correção de identidade da dupla Yes Men Project, a desobediência civil eletrônica do Electronic Disturbance Theater (EDT) em seus *sit-in* virtuais e os registros das manifestações altermundialistas dos Centros de Mídia Independentes. Abaixo, listam-se algumas práticas:

- **Détournement** - Prática amplamente conhecida a partir de seu uso pelo movimento situacionista, mas cuja origem é anterior. A palavra francesa *détournement* significa desvio, distorção ou ainda sequestro e é utilizada para qualificar produtos ou processos cujo objetivo é a alterar um significado compartilhado socialmente através da modificação de seus elementos constituintes ou contexto em que se apresenta originalmente.
- **Culture jamming** - Assim como o *détournement* situacionista, o *culture jamming* retira imagens, elementos gráficos e mensagens de seus contextos originais para criar novos significados, reveladores de um estado de coisas, todavia, oculto ou pouco percebido. Klein (2002, p. 311) diferencia o *détournement* situacionista como crítica dirigida ao universo da arte enquanto o descontentamento dos *culture jammers* tem como alvo privilegiado as corporações multinacionais. As principais táticas dos *culture jammers* são a alteração de campanhas publicitárias, especialmente *outdoors*, intervenções presenciais em *mega-stores*, criação de notícias falsas e a realização de festas e protestos de rua.
- **Sit-in virtual** - É uma forma de desobediência civil eletrônica, cujo nome deriva do verbo *sit-in*, ato de bloquear uma localização nobre ou estratégica sentando-se no chão, e que foi popular durante o movimento pelos direitos civis dos anos 1960. O *sit-in* virtual é uma ação direta contra um determinado site com o objetivo de torná-lo

inacessível. A ação se dá através da coordenação de acesso simultâneo por centenas de pessoas à mesma página alvo.

- **Vírus de computador** - São programas maliciosos desenvolvidos com o objetivo de infectar uma máquina, instalando cópias de si mesmo para alterar o funcionamento do computador e de seus aplicativos. Segundo Lovink (2010), é proposto como mídia tática por Alexandre Galloway em seu livro “Protocolo”.
- **Ciberfeminismo** - O termo se refere à expressão e desenvolvimento do feminismo no contexto das interações e da arte on-line. Também proposto por Galloway como mídia tática.
- **Warchalking** – A guerra de giz, em português, consiste na sinalização de que há oferta de conexão *wi-fi* na área através de símbolos padronizados. A prática é inspirada em moradores de rua norte-americanos que, no final da década de 20, após a Grande Depressão, sinalizavam locais mais favoráveis à sua permanência e pernoite.
- **Produção de softwares livres** - De maneira simplificada, um software livre é um programa de computador que pode ser usado, copiado, alterado e redistribuído sem qualquer tipo de restrição.
- **Programas de inclusão digital para populações desfavorecidas** - São iniciativas promovidas por entidades governamentais e organizações não governamentais para viabilizar o acesso, especialmente de populações empobrecidas ou consideradas em situação de risco social, à Internet. Este tipo de atividade inclui a disponibilização, gratuita ou paga, de computadores para uso, acesso à rede e capacitação nas suas principais ferramentas. Quando orientados ao campo da mídia tática, estes programas tendem a trabalhar na perspectiva da apropriação social da tecnologia.

A tática da mídia tática

O adjetivo tático que qualifica as práticas das mídias táticas tem origem no arcabouço teórico de Michel de Certeau (1994), conforme explicitado por Lovink e Garcia (1997). O filósofo francês parte de teorias militares para afirmar que, do ponto de vista da organização de um conflito, a estratégia se caracteriza pelo planejamento de uma ação pelo confronto direto com um rival, enquanto a tática combina ações e recursos de modo a minar a força e os efeitos das ações de seus opositores. Certeau diferencia o modelo estratégico como base da construção da nacionalidade política, econômica ou científica, enquanto a tática se constitui como uma espécie de antidisciplina a partir da transformação de momentos oportunos em “ocasiões”, em infiltrações temporárias.

A qualidade tática das mídias táticas é problematizada por diversos autores. Wark (s/d) estranha a importância dada ao nível tático em detrimento da estratégia e da logística, que, a seu ver, deveriam ser usadas de forma complementar. O autor considera irreal do ponto de vista pragmático a supervalorização do aspecto tático das ações diretas uma vez que a mídia tática vem se tornando estratégica na medida em que instituições investem na formação de redes coordenadas. Ou são confundidas com programas de mídia experimental.

A dicotomia entre os níveis tático e estratégico é problematizada por Lara (2008, p. 53), para quem “o dilema se inaugura desde a concepção do conceito, pois os meios táticos se veem forçados a integrar seus modos de ação com estratégias políticas maiores”. Para o CAE (s/d), a relação entre o tático e o estratégico não é exatamente a sua integração forçada, mas o entendimento de que a mídia tática é uma espécie de setor de pesquisa e desenvolvimento para inovações no campo cultural e político – e que serão adotadas, em âmbito estratégico, pelos movimentos sociais. Um exemplo desta interação é a adoção de

métodos, materiais e ferramentas criadas por praticantes de mídias táticas pelo movimento altermundialista que promoveu os dias de Ação Global dos Povos.

No entanto, o aspecto positivo da abordagem tática também é reconhecido Wark e Lara pela sua capacidade de renovar o campo da ação política. Enquanto Lara (2008, p. 53) afirma que “o conhecimento da dicotomia tática / estratégia nos ajudou a nomear uma classe de produtores que parecem singularmente conscientes do valor destas inversões temporárias no fluxo de poder”, Wark (s/d) destaca que “a coisa mais tática sobre mídia tática é a tática retórica de chamá-la tática” no sentido de que ela conseguiu ultrapassar certo bloqueio no campo político promovido por questões de representação identitárias e essencialistas, típicas dos movimentos de resistência dos anos 1960 e 70.

Esta característica torna-se especialmente relevante se considerarmos, a partir de Arquilla e Ronfeldt (1996), que os modos emergentes de cooperação e conflito em rede em sociedades hiperconectadas iniciam também uma guerra de informação (*infowar*), cujo principal artifício é utilizar a informação para obter vantagem frente ao adversário. Em sua versão de baixa intensidade, calcada no social e no cultural, a guerra de informação estabelece uma guerra em rede (*netwar*), travada de modo assimétrico por diversos atores com uso intensivo das TICs.

O termo *netwar* faz referência a um modo emergente de conflito (e crime) na sociedade, que se caracteriza pela ausência de confronto militar e pela utilização por parte de seus protagonistas de formas de organização em rede e suas respectivas doutrinas, estratégias e tecnologias, em sintonia com a Era da Informação. Estes protagonistas tendem a se constituir como organizações dispersas, pequenos grupos e indivíduos que se comunicam, coordenam e conduzem campanhas pela Internet, geralmente atuando sem um comando central preciso (ARQUILLA, RONFELDT, 1996, p. 6).

Desta maneira, percebe-se como o caráter tático das mídias táticas dialoga com a nova natureza da cooperação (ARQUILLA, RONFELDT, 1996, p. 2), pois as organizações em rede vêm se mostrando mais robustos e resilientes do que formas hierárquicas verticalizadas. Sua

configuração permite, por exemplo, a formação de grupos autônomos e dispersos que realizam ataques de *swarm* (enxameação), em que os atores convergem sua força de maneira coordenada para atacar, de várias direções, um mesmo alvo. Segundo os autores, o *swarm* tende a se estabelecer como tática de guerras em rede – o que destaca a centralidade da comunicação em processos de cooperação e conflito. O Movimento Zapatista utilizou esta técnica, com apoio do Eletronic Disturbance Theater, para promover *sit-ins* virtuais que bloquearam o acesso a sites do governo mexicano e norte-americano em 1994.

Além da gestão do conflito, o conceito de tática em Certeau (1980) também afirma a liberdade do “receptor” de mensagens midiáticas, destacando os procedimentos cotidianos que driblam mecanismos da disciplina por alteração do sentido original das mensagens. A tática é um dos elementos centrais da sua teoria sobre a inventividade do cotidiano, elaborada para refutar teses sobre a passividade do homem comum enquanto mero consumidor de imagens e textos. Para o filósofo francês, o consumidor é um produtor, realizador de uma “fabricação outra, que se chama de consumo apenas porque não tem um produto claro”. Assim, “o binômio produção-consumo poderia ser trocado por leitura-escritura”, no qual “a leitura é uma arte sem passividade”, uma atividade de produção silenciosa de “astúcias” e “bricolagens” (CERTEAU, 1980, p. 39, 47 e 50).

Curiosamente, um exemplo tático para Certeau é a atuação dos indígenas que subverteram rituais, representações sociais e as leis de seus conquistadores espanhóis não pela rejeição, mas pela sua alteração a partir de seu consumo enquanto produção. Essa abordagem remete a antropofagia cultural proposta por Oswald de Andrade e que inspira debates entre grupos brasileiros de mídias táticas.

Conclusões: a mídia tática como conceito operacional

Encontram-se na literatura diversas abordagens sobre as inovações no campo da ação política, surgidas a partir da crise da representação política e da ampliação exponencial da capacidade de produzir, difundir e socializar informação dinamizada pelas novas tecnologias de informação e comunicação (TICs). Ao adotar a perspectiva da mídia tática, aqui compreendida como um esforço para abordar de forma teórica e empírica um conjunto de inovações da micropolítica, apresentou-se um panorama do conceito, desde a sua formulação, antecedentes, fragilidades e críticas, até o relato de suas principais técnicas de modo a revelar também as suas potencialidades, relevância e a aplicabilidade em pesquisas científicas.

Esta perspectiva não é inédita, tampouco consolidada no Brasil - o que poderia ser interpretado como um campo emergente de pesquisa. Durante seu levantamento inicial sobre os limites e as possibilidades da apropriação social da Internet por grupos em mídias táticas, Clinio (2010) identificou pesquisas anteriores no campo das mídias táticas nos trabalhos de Fernando Nascimento Gonçalves (2007, 2010, em Comunicação), Henrique Mazzeti (2007, 2008, em Comunicação) e Paulo José Olivier Moreira Lara (2008, em Sociologia). Além disso, localizou-se bom número de fontes de informação on-line que podem ser consultadas por interessados nesta temática⁹.

Ainda que sua definição seja fluída e imprecisa, considera-se que o conceito relevante para pesquisas nos campos da mídia, cotidiano e política na medida em que

⁹Além dos registros on-line de festivais (Prov0s, Festival Mídia Tática Brasil, Digitofagia, Submídiaologia), listas de discussão (geralmente homônimas aos festivais), repositórios (Mídia Tática.info) e ações no campo do ativismo on-line e do hacktivismo, encontram-se informações sobre ações off-line, no espaço público das cidades, artigos de opinião, relatos de experiência, pesquisas acadêmicas e publicações produzidos pelos próprios ativistas, como, por exemplo, os Cadernos Submidiáticos e o livro “Digitofagia 2.0”, organizado por Tatiana Wells e Ricardo Ruiz em 2006.

possibilita a aproximação de novas formas de mobilização social que articulam tanto a produção simbólica quanto a apropriação social das tecnologias de produção e de difusão de informações em ações construídas por acordos temporários que dispensam processos identitários e uniformizam o pensar e o agir. Portanto, capazes de recuperar a imaginação, o riso, a hibridização e a mobilidade de ideias e pessoas, efetuando alternativas ao esvaziamento da política representativa.

Vislumbra-se que, em seu caráter duplamente tático, enquanto nova forma de organização das formas de conflito e cooperação e afirmação da liberdade do “receptor” de mensagens como “produtor” de significados outros, alheios a sua concepção original, a mídia tática se coloca como um conceito operacional de pesquisas sobre micropolíticas. No contexto brasileiro, o consumo enquanto produção (Certeau, 1980) ganha perspectivas singulares em uma cultura antropofágica, marcada por uma atitude positiva na sua incorporação através de um consumo criativo - capaz de subverter relações de forças. Um canibalismo de influências externas que seleciona e absorve a alteridade, resignificando-a, abrasileirando-a. Do ponto de vista da apropriação dos dispositivos técnicos, Rosas e Vasconcelos (2006, p. 10) afirmam que as práticas locais são singulares e se desenvolvem na pirataria, o modo de atuação dos camelôs, a gambiarra, a “sampleagem” espontânea, o remix, a colaboração e a prática do mutirão. Práticas próprias, astúcias e engenhosidades brasileiras, que podem ser objetos de estudo a partir do conceito de mídia tática.

Referências

ARQUILLA, John; RONFELDT, David. The Advent Of Netwar. RAND, 1996. Disponível em http://translate.google.com/translate?hl=pt-BR&ie=UTF-8&sl=en&tl=pt&u=http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR789/&prev=_t&rurl=translate.google.com.br&twu=1 Acesso em 10/10/2010.

_____. The Advent of Netwar (Revisited) In: RONFELDT, David (Org). *Networks and Netwars: the Future of Terror, Crime, and Militancy*. RAND, 2001. Disponível em <http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1382.html>. Acesso em 10/10/2010.

BRAMAN, Sandra. *Defining Tactical Media: An Historical Overview*. (2002) Disponível em <<http://www.nyu.edu/fas/projects/vcb/definingTM/braman2.html>> Acesso em 15/10/2010.

BORDOWITZ, Gregg. *What is Tactical Media?* (2002) Disponível em <http://www.nyu.edu/fas/projects/vcb/definingTM/bordowitz_gregg.html> Acesso em 15/10/2010.

CRITICAL ART ENSEMBLE. *Distúrbio Eletrônico*. São Paulo: Conrad Editora, 2001

_____. *Framing tactical media*. (sem data). Disponível em <<http://www.tacticalmediafiles.net/article.jsp;jsessionid=03F3496C9398670A303681D10117CDB9?objectnumber=38003>> Acesso em 05/03/2010.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. São Paulo: Editora Vozes, 1994

DEBORD, Guy Debord; WOLMAN, Gil. *Métodos de détournement*. Artigo publicado originalmente no jornal belga Les Lèvres Nues#8, maio de 1956. Disponível em Inglês em <<http://www.bopsecrets.org/SI/detourn.htm>> Acesso 15/09/2010.

DENNING, Dorothy E., *Activism, hacktivism and cyberterrorism: the Internet as a tool for influencing foreign policy*. In RONFELDT, David (Org). *Networks and Netwars: the Future of Terror, Crime, and Militancy*. RAND, 2001. Disponível em <http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1382.html>. Acesso 02/02/2011

GONÇALVES, Fernando Nascimento. *Poéticas políticas, políticas poéticas: comunicação e sociabilidade nos coletivos artísticos brasileiros*. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/459/428>. Acesso 23/09/2010.

GONÇALVES, Fernando Nascimento. *Resistência nômade: arte, colaboração e novas formas de ativismo na rede*. Disponível em <http://www.compos.org.br/files/08ecompos09_FernandoGoncalves.pdf> Acesso 30/09/2010.

GRASSMUCK, Volker. *Tactical Media in Brazil* - Submidialogia conference report (sem data). Disponível em <http://pub.descentro.org/tactical_media_in_brazil_-_submidialogia_conference_report_by_volker_grassmuck> Acesso em 05/01/2011.

INTERNACIONAL SITUACIONISTA. *Situacionista: teoria e prática da revolução*. São Paulo: Conrad Editora, 2002 (Coleção Baderna)

KLEIN, Naomi. *Sem logo, a tirania das marcas em um planeta vendido*. Rio de Janeiro: Record, 2002

LARA, Paulo José Olivier Moreira. *Fragmentos das táticas da cultura: técnica e política dos usos de mídia*, Dissertação de mestrado em Sociologia. São Paulo: Unicamp, 2008. Disponível em <<http://libdigi.unicamp.br/document/?code=000468151>>

LOVINK, Geert. Atualizando a mídia tática. Estratégias de midiativismo In: MACIEL, M.L.; ALBAGLI, S. *Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social*. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

_____. *Media activism and tactical media in web 2.0 and social networks age*. Palestra proferida no painel 2, “O campo de forças informacional e as novas relações de poder: atores, espaços e governança”, do Seminário Internacional “Informação, Poder e Política: novas mediações tecnológicas e institucionais, realizado pelo Laboratório Interdisciplinar em Informação e Conhecimento – Liinc, nos dias 15 a 17 de abril de 2009, Rio de Janeiro”.

_____. LOVINK, Geert. Mídia tática, a segunda década. In: ROSAS, Ricardo; VASCONCELLOS, Gisele. *Net cultura 1.0: Digitofagia*. São Paulo, Radical Livros, 2006 Disponível em <<http://www.4shared.com/get/88105497/5dd7206/DIGITOFAGIA.html>> Acesso em 01/02/2010.

LOVINK, Geert; SCHNEIDER, Florian. *The ABC of Tactical Media*. Publicado em 16 /maio/1997 na lista de discussão Net.time Disponível em <<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/msg00096.html>> Acesso em 23/02/2010.

_____. *The DEF of tactical media*. Publicado em 22 /fevereiro/1999 na lista de discussão Net.time. Disponível em <<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9902/msg00104.html>>. Acesso em 23/02/2010.

_____. *El GHI de los medios tácticos*. Disponível em <<http://www.uoc.edu/artnodes/espai/esp/art/broeckmann0902/broeckmann0902.html>>. Acesso em 23/02/2010.

_____. *Un mundo virtual es posible*. de los medios tácticos a las multitudes digitales, 2003. Disponível em <<http://www.uoc.edu/artnodes/???>>. Acesso em 23/02/2010.

LUDD, Ned (Org). *Urgência das ruas: Black blocks, Reclaim the Streets e os Dias de ação global*. São Paulo: Conrad Editora, 2002 (Coleção Baderna)

MAZZETI, Henrique. *Ativismo de Mídia: Arte, política e tecnologias digitais*. Disponível em <http://www.pos.eco.ufrj.br/publicacoes/mestrado/disserta_hmazetti_2008.zip> Acesso em 10/10/2010.

_____. *Ativismo midiático, redes sociais e novas tecnologias de informação e comunicação*. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0688-2.pdf>> Acesso em 15/10/2010.

RICHARDSON, Joanne Richardson. *The Language of Tactical Media*. Disponível em <http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors2/richardsoncontext2.html> Acesso em 01/02/2010.

RICHARDSON, Joanne Richardson. *Whose Rizome is it?*, 2005. Disponível em <<http://mokk.bme.hu/centre/conferences/reactivism/FP/fpJR>>. Acesso em 5/12/2009

ROSAS, Ricardo. Gambiarra. In: HARA, Helio (Org). *Caderno SESC Videobrasil 02 - Art Mobility Sustainability*. São Paulo: Sesc São Paulo, 2006. Disponível em <http://www2.sescsp.org.br/sesc/videobrasil/up/arquivos/200611/20061117_160212_Caderno VB02_p.36-53_P.pdf>. Acesso em 27/04/2010.

_____. *Back to Basics: The Revenge of Low-Tech*, a report from the TML Brazil. 2003 Publicado no site do N5M4 em 26 de abril de 2003. Disponível em <<http://www.n5m4.org/journal96f3.html?118+3174+3905>>. Acesso em 29/04/2010.

_____. Notas sobre o coletivismo artístico no Brasil In: *Trópico* (sem data).

Disponível em <<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2578,1.shl>>. Acesso em 22/06/2010.

_____. The Revenge of Low-tech: Autolabs, Telecentros and Tactical Media in São Paulo. In: *Sarai Reader 2004: Crisis/Media*, 2004. Disponível em <<<http://www.sarai.net/publications/readers/04-crisis-media/55ricardo.pdf>> Acesso em 03/09/2010.

ROSAS, Ricardo; VASCONCELLOS, Gisele. (Org). *Net_cultura 1.0: digitofagia*. São Paulo: Radical Livros, 2006. Disponível em <<http://www.4shared.com/get/88105497/5dd7206/DIGITOFAGIA.html>> Acesso em 01/02/2010.

STALDER, Felix. *30 Years of Tactical Media*. Publicado em 08/02/2009. Disponível em <<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-0902/msg00014.html>>

WARK, McKenzie. *Strategies for Tactical Media*. (Sem data). Disponível em <<http://www.tacticalmediafiles.net/article.jsp?objectnumber=46245>> Acesso em 09/10/2010.

WELLS, Tatiana; RUIZ, Ricardo. (Org). *Digitofagia. Cook book*, 2006. Disponível em <<http://www.docstoc.com/docs/10057283/Digitofagia-Cook-book>> Acesso em 04/04/2010.