

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO  
INSTITUTO DE LINGUAGENS  
MESTRADO EM ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA**

**EMERSON FAGNER MENDES DE OLIVEIRA**

**PRÁTICAS CULTURAIS DE INTERFERÊNCIA COMO POSSIBILIDADES  
DE RESISTÊNCIA**

**CUIABÁ  
2010**

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

**EMERSON FAGNER MENDES DE OLIVEIRA**

**PRÁTICAS CULTURAIS DE INTERFERÊNCIA COMO POSSIBILIDADES  
DE RESISTÊNCIA**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de Mestre, pelo programa de mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea, da Universidade Federal de Mato Grosso.

Orientador: Dr. José Carlos Leite

**CUIABÁ  
2010**

**EMERSON FAGNER MENDES DE OLIVEIRA**

**PRÁTICAS CULTURAIS DE INTERFERÊNCIA COMO POSSIBILIDADES  
DE RESISTÊNCIA**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de Mestre, pelo programa de mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea, da Universidade Federal de Mato Grosso.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. José Carlos Leite - UFMT

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Adriana Amaral - Universidade Tuiuti/PR

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Thereza Azevedo - UFMT

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte

O48p Oliveira, Emerson Fagner Mendes de.  
Práticas culturais de interferência como possibilidades de resistência /  
Emerson Fagner Mendes de Oliveira. – 2010.  
81f. ; il. ; color. 30 cm. -- (incluem figuras)

Orientador: José Carlos Leite

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso.  
Instituto de Linguagens. Programa de Pós-Graduação em Estudos de  
Cultura Contemporânea, 2010.

1. Culture jamming. 2. Resistência urbana. 3. Consumo justo. I.  
Título.

CDU 316.7

Catalogação na fonte: Maurício Silva de Oliveira – Bibliotecário CRB-1/1860

Em memória de José Mendes Filho, meu amado avô e mestre.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos que colaboraram e muito colaboram na minha trajetória acadêmica.

Ao professor e orientador Dr. José Carlos Leite pela paciência e confiança no meu trabalho.

À Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Icléia Rodrigues de Lima e Gomes e aos demais professores do mestrado.

À Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Thereza Azevedo, que compôs a banca como membro da casa e contribui com seus apontamentos.

À Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Adriana Amaral que dispensou seu precioso tempo para fazer parte da banca examinadora como membro externo.

Às instituições financiadoras da bolsa durante o curso (CAPES/FAPEMAT), e à Universidade Federal de Mato Grosso, pela acolhida durante a minha graduação e os dois anos da pós-graduação.

Aos amigos e subversivos de intervenções noturnas, companheiros fiéis nas horas mais difíceis.

Também, agradeço e dedico este trabalho aos meus pais e aos meus irmãos pelo constante amor e carinho, pois, a sustentação e a segurança, essenciais ao trabalho solitário de pesquisa, foram garantidas pela minha família. E por falar em família: finalmente, faço uma menção especial ao poeta Renan e à bruxa Allê, que compartilharam das minhas insanidades noctâmbulas, revisaram meus textos com o respeito e a crítica que se espera de bons amigos, estimados pela sua raridade.

## RESUMO

Esta dissertação apresenta o resultado da investigação sobre um movimento de intervenção urbana que se auto-intitula *culture jamming*. Os ativistas que atuam nesse movimento, basicamente interferem no cenário urbano travando combate contras as corporações transnacionais. De modo mais específico eles atuam subvertendo os anúncios publicitários considerados por eles como abusivos. Nessa esteira, inicialmente esta pesquisa problematiza as possibilidades de se controlar qualquer indivíduo por dentro, o que desde Maio de 1968 pode ser chamado de controle sutil, e até simbólico. Na sequência, tratamos da publicidade utilizada na contemporaneidade como um dos principais meios de controle social. Também preparamos de modo introdutório, a base teórica que fundamenta a noção de resistência política e cultural expressa por meio das intervenções dos *jammers*. Finalmente, após o levantamento bibliográfico sobre os temas trabalhados em cada capítulo desta dissertação, apresentamos uma amostragem de imagens que ilustram ataques anticonsumo dos *jammers*. As imagens coletadas nos sites sobre a *culture jamming* nos dão uma idéia de como se constitui essa nova resistência. Das discussões levantadas na pesquisa, algumas desembocam em possíveis soluções – como a idéia de um consumo justo – para o problema ecológico do consumo desenfreado, bem como, redundam em curiosidades sobre a fundamentação teórica desses ativistas e suas perspectivas de futuro. O que por si só denota quão interessante é perceber quais os novos percursos traçados pela pretensa resistência contemporânea. Não que a mesma não possua laços, muitas das vezes estreitos, com modos mais antigos de operar a resistência ao controle corporativo.

Palavras-chave: Controle; Publicidade; Resistência; *Culture Jamming*; Consumo Justo.

## **ABSTRACT**

This thesis presents the results of research on a movement of urban intervention that is self-proclaimed culture jamming. Activists who work in this movement, primarily in the urban scene interfere waging combat against transnational corporations. Specifically they work subverting the advertisements considered by them as abusive. On this track, initially this research discusses the possibilities to control any individual inside, which since May 1968 can be called subtle control, and even symbolic. On the sequence, we treat advertising used nowadays as a major means of social control. We also prepare an introductory way, the theoretical basis that underlies the notion of political and cultural resistance expressed by the interventions of the jammers. Finally, following the literature on the themes discussed in each chapter of this thesis, we present a sampling of images that illustrate the anticonsumerism attacks of the jammers. The images collected at sites on jamming culture give us an idea of how it is this new resistance. From the discussions in the research, some ending up in possible solutions - like the idea of a fair consumption - to the ecological problem of unbridled consumerism, as well as results in curiosity about the theoretical foundation of these activists and their future prospects. This in itself shows how interesting is to see what new paths traced by the alleged contemporary resistance. Not that it has no ties, often narrow, with old ways of operating the resistance to corporate control.

Keywords: Control; Advertising; Resistance, Culture Jamming, Consumer Fair.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 .....	48
Figura 2 .....	49
Figura 3 .....	51
Figura 4 .....	53
Figura 5 .....	55
Figura 6 .....	58
Figura 7 .....	59
Figura 8 .....	62
Figura 9 .....	62
Figura 10 .....	65

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1 – O NOVO CONTROLE .....</b>	<b>15</b>
1.1 - Do controle ao ar livre à interiorização do controle.....	15
1.2 - A mobilidade é uma exigência e um sonho .....	20
<b>2 – A PUBLICIDADE E O ILUSIONISMO.....</b>	<b>24</b>
2.1 - A sedução publicitária .....	24
2.2 - A renda .....	30
2.3 - O consumo .....	32
<b>3 – A NOVA RESISTÊNCIA .....</b>	<b>35</b>
3.1 - A ideia de resistência .....	35
3.2 - A tirania não é um privilégio de quem comanda.....	38
3.3 - A guerra simbólica e global .....	42
<b>4 – A INTERFERÊNCIA JAMMER .....</b>	<b>46</b>
4.1 - A origem da <i>culture jamming</i> .....	46
4.2 - A revista <i>AdBusters</i> .....	54
4.3 - O objetivo dos <i>adbusters</i> .....	58
4.4 - As campanhas.....	60
4.5 - As travessuras.....	64
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>67</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>76</b>

## Introdução

O nosso primeiro interesse de pesquisa esteve focado na análise dos novos modos que se opera a resistência na atualidade, sem termos em mente qualquer grupo em especial para ser o nosso objeto de análise; mas, a busca por elementos teóricos, que fundamentariam a atuação política da pretensa nova resistência, nos apresentou a obra *Sem Logo*, da jornalista canadense Naomi Klein. O contato com os textos da autora nos permitiu fazer um recorte muito mais preciso sobre o objeto inicial de estudos. A mudança significativa é que o foco de nossa análise recaiu sobre um movimento de intervenção urbana chamado de *culture jamming*. Assim, mantivemos a investigação teórico-conceitual direcionada sobre algumas das novas vertentes que promovem o que talvez seja um tipo de resistência à publicidade.

Nesse percurso investigativo buscamos compreender melhor o funcionamento da complexa rede global de marcas. Para tal, investigamos algumas implicações sócio-políticas da exploração da força de trabalho que se esconde por trás do discurso publicitário com suas belas imagens, o que colaborou na compreensão sobre os fatores que motivam os ataques às corporações capitalistas realizados pela nova resistência.

Outro importante aspecto que deve ser analisado remete aos efeitos do patrocínio corporativo que, invade e privatiza os espaços públicos. Essa ocupação sistemática dos espaços públicos como relatam os intelectuais citados neste trabalho, implica em diversos efeitos sobre a nossa vida cultural, tanto em escala mundial quanto em escala regional. Desse modo, temos, de um lado, a ocupação dos espaços públicos por meio de privatizações; e, do outro, os ativistas que operam os ataques às corporações com *slogans* anticorporativos, o que dá uma idéia inicial de como se constituiu nossa pesquisa.

Neste trabalho também optamos por investigar a questão de quão nova pode ser a prática da *culture jamming*. É importante observar que as ações atuais de *antimarketing* possuem as suas origens atreladas às táticas efetivadas por outros grupos do passado, ou pelo menos sofreram alguma influência desses grupos, o que é apresentado no decorrer do texto.

Nessa perspectiva, investigamos de modo crítico essa possível origem da resistência atual, pois “questionar as premissas supostamente inquestionáveis do nosso modo de vida é provavelmente o serviço mais urgente que devemos prestar aos nossos companheiros humanos e a nós mesmos” (BAUMAN, 1999).

Nesse caso, se há um período histórico que pode servir de ponto referencial para se abordar o controle social contemporâneo, acreditamos que é Maio de 1968 na França. O período em questão funciona como ponto de demarcação para as nossas discussões nesta pesquisa. Além de utilizarmos esse período como referencial para nossas discussões também necessitamos perceber quais foram os movimentos que influenciaram decisivamente no surgimento dos eventos de Maio de 1968.

Pensadores como Gilles Deleuze e Félix Guattari consideram que o contexto histórico de Maio de 1968 marcou de modo emblemático o surgimento e o uso mais freqüente de novos meios de controle. Desses modos de operar o controle social destacamos a publicidade como um eficiente instrumento de manipulação do desejo.

Entretanto, não raramente, quando um contexto se transforma, os meios pelos quais investigamos algo também sofrem alterações. Por esse motivo, excluímos deste texto qualquer pretensão de universalidade, visto que, quem investiga também está inserido em algum contexto cultural que o influencia de modo específico. O que nos levou a preferir traçar uma cartografia do objeto da pesquisa. Enfim,

À medida que se desenvolvem e amadurecem, os conceitos começam a se mover por conta própria e, às vezes, alcançam territórios distantes de seu local de origem. Eles vagueiam pelo passado, que os ignorava na época em que era ainda presente. Ou fazem uma incursão ao futuro, que – quem sabe? – pode, de igual modo, ignorá-los quando sobreviver, uma vez que não os julgará úteis. Dá a impressão que os conceitos nasceram como plantas, firmemente enraizados no solo e sorvendo suas seivas – mas, à medida que o tempo passou, desenvolveram pernas e principiaram a busca de alimento mais farto e variado (BAUMAN, 1999).

Nessa perspectiva, os conceitos “germinariam”, semelhantes às plantas. Tanto os conceitos quanto as plantas seriam influenciados pelo terreno onde se desenvolvem. Por esse motivo, os conceitos carregam marcas do “solo” onde foram gerados, ou melhor, trazem consigo as marcas do seu contexto de origem. Eles dependem diretamente das circunstâncias da sua criação, estando os mesmos impregnados dessa

terra que os recebeu, o que, segundo Bauman, permite que os especialistas possam com habilidade encontrar o local de origem dos conceitos, como ocorreria com alguma planta analisada em laboratório. De maneira que:

Depois que os conceitos se desenvolvem, a direção e extensão de sua viagem dependem inteiramente de outras coisas; no entanto, para onde quer que se dirijam, carregarão consigo os seus sinais de nascença. Afinal, vieram á luz só uma vez e somente num lugar. Em nenhum outro lugar e em nenhum outro momento poderiam ter nascido (BAUMAN, 1999).

“Todo mundo sabe que a filosofia se ocupa de conceitos” e “os conceitos são relacionados à circunstância, e não mais a essências” (DELEUZE, 1992). Logo, existe a idéia de que “a prática teórica só pode esperar sair do seu gueto abrindo-se para as lutas reais” (GUATTARI, 1981). Mas nessa via lembremos que o “‘inimigo’ varia de rosto: pode ser o aliado, o camarada” (GUATTARI, 1981) e qualquer pessoa próxima; o que demarca bem a dificuldade da luta atual, ou seja, contra o que se luta hoje? E “qual seria o papel da filosofia nessa resistência a um terrível novo conformismo?” (DELEUZE, 1992).

Parte da resposta para essa pergunta se encontra no primeiro capítulo desta dissertação, que versa sobre o controle contemporâneo. Capítulo que apresenta desde a concepção teórico-conceitual até alguns exemplos práticos de como se opera o controle social na atualidade. Esse controle conta com o uso de instrumentos que permitem tanto o controle externo quanto o interno. É evidente que nosso maior enfoque recai sobre a idéia de controle interno, que possui a publicidade como importante aliada.

Vale dizer que a idéia de controle e vigilância exercida sobre a força de trabalho não é exclusividade da nossa era, mas, temos experimentado novos métodos para a efetivação de tais práticas. Assim, apresenta-se o tema do primeiro capítulo desta dissertação, que descreve o novo tipo de controle que se constitui a partir de 1968.

No segundo capítulo temos uma abordagem sobre a publicidade. Todavia, evitamos algumas confusões, optando por deixar evidente que a publicidade em si não constitui o alvo de ativistas, porque é a publicidade abusiva que sofre os ataques elaborados pelos ativistas do anticonsumo. Outros elementos inerentes ao *marketing* são analisados no decorrer do capítulo, levando em consideração o jogo de ilusionismo,

próprio do discurso publicitário, que estimula o consumo excessivo. Tal jogo depende de mecanismos de controle internos e sutis, como a falta de renda, o consumo e a manipulação do desejo.

O terceiro capítulo aborda o conceito de resistência que fundamentou este trabalho, além de algumas das novas perspectivas de ação política desenvolvidas desde o surgimento da Internacional Situacionista e as suas implicações para a ocorrência dos eventos de Maio de 1968. Para os militantes desse período; “militar é agir. Pouco importam as palavras, o que interessam são os atos” (GUATTARI, 1981), e isso, nos permite ter uma idéia do viés que seguem os que pertencem à resistência influenciada pelos situacionistas e por quais linhas de pensamento seguiram os autores que servem de esteio teórico nesta pesquisa.

“A fratura de Maio de 68 na França foi recuperada após algumas semanas. Pode-se até dizer duas semanas. O que não impede que ela tenha tido conseqüências extremamente profundas e que continuam se fazendo sentir em diferentes níveis” (GUATTARI, 1981).

Já no quarto capítulo, apresentamos uma seleção de fotos das ações dos *jammers* no espaço urbano. Tomamos o cuidado de enfatizar nos comentários sobre as imagens, algumas das diversas técnicas de intervenção operada por esse segmento de ativismo.

Nos referidos capítulos, tivemos em mente a cartografia de Deleuze, o que poderá significar que “acreditamos que as linhas são os elementos constitutivos das coisas e dos acontecimentos. Por isso, cada coisa tem sua geografia, sua cartografia, seu diagrama” (DELEUZE, 1992). Nesse caso, a cartografia traçada sobre a *culture jamming* pode ser realizada através das imagens de interferências *jammer* divulgadas na *internet*. E vale mencionar, que além da divulgação das ações dos *jammers*, a *internet* também funciona como um importante meio de comunicação para organização de interferências no cenário urbano. Dessa forma, a *web* tornou-se uma fonte de informações importante à nossa pesquisa, já que também é o canal de comunicação e de propaganda ativista.

Logo, foi “preciso, não remontar aos pontos, mas seguir e desenhar as linhas: uma cartografia, que implica numa microanálise (o que Foucault chamava de microfísica do poder e Guattari, micropolítica do desejo)” (DELEUZE, 1992), para analisarmos a possível novidade desse tipo de interferência cultural.

Enfim, mesmo com todo o policiamento e repressão, “Maio de 68 nos ensinou a ler nos muros, e desde então começamos a decifrar as pichações nas prisões, nos asilos e hoje em dia nos mictórios. É todo um ‘novo espírito científico’ que está para ser refeito” (GUATTARI, 1981). O que nos conduz à Internacional Situacionista que nos permite uma compreensão mais apurada dos eventos de 1968 e da sua ligação com alguns dos atuais modos de operar a resistência.

## 1 – O NOVO CONTROLE

“O capitalismo se apodera dos seres humanos por dentro” (GUATTARI, 1981).

### 1.1 – Do controle ao ar livre à interiorização do controle

A definição que utilizamos nesta pesquisa apresenta o controle como o “governo das populações por meio de dispositivos que abarcam coletivamente o trabalho, o imaginário e a vida” (NEGRI, 2003). É evidente que existem outras possibilidades de percepção da idéia de controle, mas essa por enquanto é uma noção que responde às nossas expectativas iniciais.

Seria complicado falarmos sobre controle sem tratarmos de algum tipo de governo ou poder, principalmente quando consideramos que são idéias correlatas. Desse modo, podemos ampliar a definição inicial emprestada de Negri, que associa a noção de controle à noção de governo. Enfim, “controle foi o nome que Burroughs deu ao poder moderno” (DELEUZE, 1992).

É emblemático notar que a sociedade contemporânea viabiliza a substituição de métodos de repressão e controle da modernidade por dispositivos cada vez mais avançados na função de vigiar e regular a vida. Por isso:

Quer sejamos de esquerda ou de extrema-esquerda, quer sejamos políticos ou apolíticos, temos a impressão de estar encerrados dentro de uma fortaleza, ou, antes, dentro de uma cerca de arame farpado, que se estende não apenas por toda superfície de planeta, mas também por todos os cantos do imaginário (GUATTARI, 1981).

Para Félix Guattari, um dos imperativos do capital é o corte do desejo no trabalho. Corte que começa “neutralizando no trabalhador todo e qualquer acesso ao desejo, pela castração familiarista, pelas ciladas do consumo, etc., para apoderar-se em seguida, e sem dificuldades, de sua força de trabalho” (GUATTARI, 1981). O corte do desejo captura o indivíduo por dentro, de modo distinto do controle externo e mais ostensivo exercido com o auxílio de câmeras de vigilância<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> “Em nossas instalações de fabricação, administração e distribuição, temos uma filosofia específica – as câmeras fazem com que as pessoas honestas continuem honestas”. Leo Myers, engenheiro de

Os mecanismos de controle se tornaram mais eficientes com o avanço da tecnologia, a tal ponto que surgiu o que Guattari chama de “camisa-de-força química”. Essa seria a substituta farmacêutica das tradicionais camisas-de-força utilizadas nos manicômios como meio de contenção de pacientes (que no período vitoriano também foi usado como instrumento de tortura). O que nos serve de exemplo de como ocorre a mudança nos modos de efetivar o controle social. Essas drogas de controle químico, para Guattari, podem ser utilizadas em larga escala, alcançando todos os domicílios, mesmo os mais afastados, o que torna dispensável o uso de asilos. Sobre isso o autor ainda afirma que

A solução futura, a solução futurista para a França, já é realidade nos Estados Unidos. A partir do momento em que alguém não está bem quebra uma vidraça, se droga, é decretado esquizofrênico. É empanturrado de neurolépticos, ou de metadona, e pronto (GUATTARI, 1981).

Nesse caso, se torna difícil discordar de Guattari, em sua afirmação de que não houve uma redução na repressão psiquiátrica. Na verdade, a repressão apenas é exercida por outros meios, aliás, por meios mais eficientes que contam tanto com o atendimento médico domiciliar quanto com o uso dos neurolepticos (medicamentos antipsicóticos que se caracterizam pela ação psicotrópica, com efeitos sedativos e psicomotores) para o tratamento de patologias mentais. Nesse contexto, foi criado “um laboratório, uma tecnologia avançada, o protótipo de novas formas de poder” (GUATTARI, 1981). Por esse motivo, Guattari diz, ironicamente, que

É maravilhoso conseguir sujeitar alguém à sua pessoa, mantê-la de mãos e pés atadas, financeiramente, afetivamente, sem nem se dar ao trabalho de fazer algum esforço de sugestão, de interpretação ou de dominação aparente. O psicanalista hoje não diz nem mais uma palavra a seu paciente. Chegou-se a um tal sistema de canalização da libido, que basta o silêncio (GUATTARI, 1981).

Dentre as novas tecnologias de controle social, também existe, segundo o autor, a sujeição semiótica. Sujeição que nos interessa conhecer com mais profundidade, por se tratar, para Guattari, de um modo de controle interno por

excelência por estar intimamente ligado aos mecanismos de sedução, experimentados por meio da publicidade.

Esses novos meios de controle, segundo Guattari, surgem porque o regime totalitário e o sua parafernália de repressão estatal sofreu alterações, ou seja, simplesmente adaptou-se ao novo contexto social. Esse novo mundo para o autor, já antes de 1968 sofria os efeitos da semiotização dos poderes, em processos de desterritorialização (termo cunhado por Deleuze e Guattari que pode apontar para processos de fragmentação e dispersão) daquilo que se pensava ser real. Sob esse ângulo; uma “simples repressão maciça, global, cega, não é mais suficiente”, pois o “capitalismo é obrigado a construir e impor seus próprios modelos de desejo, e é essencial para sua sobrevivência que consiga fazer com que as massas que ele explora os interiorizem” (GUATTARI, 1981).

Para autores que comungam das idéias de Gilles Deleuze e Michel Foucault, a questão fundamental para compreensão da realidade capitalista é perceber que as instituições de confinamento, tanto de internatos quanto de hospitais, e até mesmo as casernas, estão sendo eliminadas para que as grandes corporações tomem as suas posições. Por esse prisma

Muitos jovens pedem estranhamente para serem "motivados", e solicitam novos estágios e formação permanente; cabe a eles descobrir a que estão sendo levados a servir, assim como seus antecessores descobriram, não sem dor, a finalidade das disciplinas. Os anéis de uma serpente são ainda mais complicados que os buracos de uma toupeira (DELEUZE, 1992).

De acordo com Guattari, o novo controle social de modo geral é uma espécie de *nova droga* que impede qualquer tipo de engajamento por parte das pessoas. A publicidade, de algum modo, funciona como essa *nova droga* que é um instrumento essencial no processo de vigilância e controle constantes, conduzindo as pessoas a uma espécie de “prostituição subjetiva”, segundo Guattari. Por essa via teórica, “não se trata de defender os valores do capitalismo, mas apenas de fingir que eles não existem” (GUATTARI, 1981).

Merece nota o fato de que os dois processos de controle, interno e externo, atuam em conjunto, por mais que no momento isso não pareça tão claro.

Por exemplo, na crise do hospital como meio de confinamento, a setorização, os hospitais dia, o atendimento a domicílio puderam marcar de início novas liberdades, mas também passaram a integrar mecanismos de controle que rivalizam com os mais duros confinamentos. Não cabe temer ou esperar, mas buscar novas armas (DELEUZE, 1992).

Por mais que a idéia de controle, investigada neste texto, pareça algo extraído das histórias de ficção científica, na verdade é uma idéia de controle bem real; que constitui os mais avançados e sutis mecanismos de vigilância e exercício de poder que se tem notícia. Esses dispositivos possibilitam a localização de qualquer pessoa ou objeto mesmo ao ar livre. Para Deleuze, esse modo de agir não é tão diferente do tratamento dispensado a um animal numa reserva ecológica no que se refere ao monitoramento via satélite e ao controle realizado por meio de coleiras eletrônicas.

Além das coleiras eletrônicas e *chips* temos uma variedade enorme de outros equipamentos que colaboram para o mesmo fim, ou seja, controlar cada passo dado pelo monitorado. Nessa categoria de dispositivos temos de telefones celulares às coleiras, pulseiras e tornozeleiras eletrônicas, colocadas em presos que são vigiados constantemente em qualquer ambiente, mesmo nos espaços abertos. Pode-se afirmar ainda que o caso mencionado, não estaria restrito aos filmes de ficção científica ou às obras como *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley, quando se observa o exemplo da América do Norte ou parte da Europa, que condicionam seus prisioneiros ao monitoramento constante com auxílio da tecnologia disponível. O aparente aspecto futurista presente nas discussões dos autores elencados neste texto, na verdade remete diretamente à realidade carcerária de muitos países.

Segundo Deleuze, de algum modo os velhos meios de dominação e repressão ganham nova roupagem, e são adaptados aos novos contextos, o que não significa que perderam uma finalidade semelhante à *sociedade disciplinar*, que se expressa pelo exercício pleno de poder de um pequeno grupo sobre o restante da população. E temos:

No regime das prisões: a busca de penas "substitutivas", ao menos para a pequena delinquência, e a utilização de coleiras eletrônicas que obrigam o condenado a ficar em casa em certas horas. No regime das escolas: as formas de controle contínuo, avaliação contínua, e a ação da formação permanente sobre a escola, o abandono correspondente de qualquer pesquisa na Universidade, a introdução da "empresa" em todos os níveis de escolaridade (DELEUZE, 1992).

De maneira complementar Deleuze (1992) percebe que na obra *O Processo* de Franz Kafka, o escritor consegue descrever duas formas jurídicas de aplicação das leis; a primeira se expressa pelo confinamento em regime fechado, o que traça linhas bem definidas do que seria a ação punitiva da sociedade disciplinar; já na segunda, têm-se os dispositivos de controle ao ar livre agindo sobre a vida do personagem Josef K. Segundo Deleuze, na obra de Kafka o personagem principal pende entre os dois modos jurídicos até sua agonia final.

Prosseguindo no caso do personagem Josef K, surge outra questão curiosa que diz respeito ao acesso à informação na era do controle, pois, caso recordemos a trama na obra de Kafka, perceberemos que o mais angustiante para o personagem era o fato de nunca conseguir acessar o poder realmente. Quem processou Josef K não possuiu rosto ou possuiu múltiplos rostos o que manteve a invisibilidade do poder que interferia na vida do personagem da trama. Isso já seria suficiente para tirar o escritor do século XIX e colocá-lo no século XXI. Pelo menos assim também pensou Guattari (1981), que percebeu a atualidade dos textos kafkanianos. O que para Deleuze e Guattari seria um prelúdio do que estava por vir nos séculos seguintes.

Na atualidade estrutura-se um tipo de controle ao ar livre, como define Deleuze em sua obra *Conversações*, mas a prisão permanece como instrumento de coerção social, utilizada na contenção e na eliminação das insurgências populares que por ventura ocorram. É claro que as prisões existem por um motivo; não admira “como diz Mathiesen, que as prisões ‘estejam cheias’ sobretudo de pessoas das camadas inferiores da classe operária que praticaram roubos e outros crimes ‘tradicionais’” (BAUMAN, 1999). “A prisão, porém, significa não apenas imobilização, mas também expulsão” (BAUMAN, 1999).

Para Bauman a idéia de ordem social, que parece ser muito próxima da idéia de paz social, depende fundamentalmente dos meios de repressão, o que significa depender de um policiamento ostensivo que garanta a lei e a ordem. Esses são alguns dos modos para se obter a ordem social, através do confinamento e da expulsão daqueles que se encontram nos guetos. Até porque, segundo o autor, os corruptos e fraudadores globais raramente são alvo desses mecanismos de repressão policial, com

exceção dos poucos casos que repercutem nos meios de comunicação, porque esses dispositivos de repressão e controle não raramente são comandados por quem comete as grandes contravenções. Na verdade

esses crimes não têm “corpo”, nenhuma substância física; “existem” no espaço etéreo, imaginário, da pura abstração: são literalmente *invisíveis* – é preciso uma imaginação comparável à dos que os perpetraram para divisar uma substância na forma ilusória. Levado pela intuição e o senso comum, o público pode bem suspeitar que algum roubo está na origem das fortunas, mas apontá-lo continua sendo uma tarefa claramente atemorizante (BAUMAN, 1999).

Para complementarmos o esboço traçado sobre a nova face da exclusão, utilizamos a definição de espaço urbano proibido, presente na obra *O mal-estar da pós-modernidade*. Nessa obra, Bauman utiliza a definição proposta pelo geógrafo Steven Flusty, na qual os espaços urbanos proibidos podem ser divididos em três tipos: *espaço esquivo*, *espinhoso* e *nervoso*. O espaço *esquivo* é aquele que não pode ser alcançado, por inexistirem vias de acesso a ele, ou por estas vias estarem distorcidas e prolongadas (caso da tentativa de isolamento em prédios e condomínios de alto padrão de segurança). Já o espaço *espinhoso*, segundo Bauman, possui seus acessos proibidos através do uso de grades pontas e muros, com o intuito de afastar os vagabundos. Finalmente, o espaço *nervoso* é aquele vigiado por um sistema complexo, com o auxílio de câmeras, sensores de movimento e alarmes. O cenário urbano, por essa perspectiva, se transforma num campo de batalha, onde é travada a guerra por espaço.

Brasília é um exemplo, citado por Bauman (1998), do que seria uma cidade planejada arquitetonicamente com regras bem definidas, para que fosse uma cidade vigiada e controlada, portanto, fria, estéril e homogênea.

## **1.2 – A mobilidade é uma exigência e um sonho**

Além da abordagem feita sobre os espaços proibidos é preciso tratar da maneira como os espaços são ocupados, e até onde chegam essas disputas pelos espaços urbanos públicos. Para tal discussão, Bauman nos fala sobre a falta de unidade nos efeitos da globalização, considerando que “a globalização tanto divide quanto une – liberdade para uns e para outros um destino ‘indesejável e cruel’”.

Todavia, todos nós “estamos, a contragosto, por desígnio ou à revelia, em movimento. Estamos em movimento mesmo que fisicamente estejamos imóveis: a imobilidade não é uma opção realista num mundo em permanente mudança” (BAUMAN, 1999).

De algum modo temos como referência Bauman que discute sobre a relação entre as ações da empresa moderna com as ações bélicas, a distinção entre ambas é muito sutil em certos momentos. Nesse caso, poderíamos indagar a nós mesmos: afinal, o que as ações estratégicas de guerra aplicadas ao mundo dos negócios têm a ver com a problemática levantada nesta seção? Tudo. É uma resposta possível ao problema. Primeiramente porque há a descentralização dos comandos que ocorre tanto no setor militar quanto no empresarial. Até aí, nada surpreendente, mas numa perspectiva de atuação militar, o setor de logística trata basicamente da mobilidade das forças militares, o que é essencial na conquista de espaços estratégicos. Enfim, quando falamos em mobilidade, estamos tratando do deslocamento de corpos no espaço, da disputa e ocupação desses mesmos espaços por forças que concorrem entre si.

Nesse caso, as tecnologias de controle funcionam como agentes que promovem e facilitam a mobilidade das corporações por todo o globo terrestre, semelhante à ação militar. Para Bauman, o privilégio da liberdade é algo concedido às empresas e aos seus acionistas, se considerarmos que eles estão livres, de fato, para ocupar os espaços que lhes interessem. Assim, “quem for livre para fugir da localidade é livre para escapar das conseqüências. Esses são os espólios mais importantes da vitoriosa guerra espacial” (BAUMAN, 1999). Guerra por espaço que fará cada vez mais sentido na construção e análise do nosso objeto nesta pesquisa.

Ainda na discussão sobre o deslocamento pelos espaços, segundo Bauman, estamos num contexto onde o capital é móvel e os proprietários são ausentes, ou melhor, o capital é líquido. Por esse motivo,

Em princípio não há nada determinado em termos de espaço da dispersão dos acionistas. Eles são o único fator autenticamente livre da determinação espacial. E é a eles e apenas a eles que ‘pertence’ a companhia. Cabe a eles portanto mover a companhia para onde quer que percebam ou prevejam uma chance de dividendos mais elevados, deixando a todos os demais – presos como são à sua localidade – a tarefa de lamber as feridas, de consertar o dano e se livrar do lixo. A companhia está livre para se mudar, mas as conseqüências da mudança estão fadadas a permanecer (BAUMAN, 1999).

No contexto descrito até o momento mais um elemento deve ser mencionado para compor nosso texto, no caso, trata-se do transporte: Setor que ganha cada vez mais destaque na sociedade, principalmente com o grande avanço tecnológico no setor de transporte de produtos, pessoas e informações, ocorrido nos últimos vinte anos, segundo Bauman. Não obstante, dentre “todos os fatores técnicos da mobilidade, um papel particularmente importante foi desempenhado pelo transporte da informação – o tipo de comunicação que não envolve o movimento de corpos físicos ou só o faz secundária e marginalmente” (BAUMAN, 1999). Essa segunda modalidade de transporte nos interessa espacialmente por causa da própria inclinação do tema principal nesta pesquisa.

No que se refere à tecnologia de transporte aí também se enquadra à rede mundial de computadores, que permite um enorme fluxo de dados com diversas velocidades. Nesse viés, Bauman afirma que a diferença que se pode estabelecer entre os objetos e a informação se reduz à diferença de velocidades que existe entre eles. Mas tal processo não eliminou uma divisão que ainda persiste em diversas, quem sabe, em todas as sociedades, ou seja, ainda existe a divisão entre pobres e ricos. O que muda no caso atual, para o autor, é que existe uma divisão entre a maioria pobre que vive com grande restrição da sua liberdade e uma elite móvel, uma elite da mobilidade que domina a nova “incorporeidade do poder na sua forma sobretudo financeira”, experimentando uma “nova liberdade’ corporeificada no ciberespaço” (BAUMAN, 1999).

Bauman defende a tese de que independente do quanto avancemos tecnologicamente na produção dos meios de transporte, a distribuição de renda continua desproporcional, o que faz esse tipo de globalização experimentada hoje apenas reafirmar as desigualdades preexistentes, tanto sociais quanto econômicas. Numa comparação feita pelo autor, nossa atual situação equivale de alguma maneira ao que era feito nos castelos medievais, quando os mesmos eram cercados por fossos. A única diferença existente entre a exclusão operada hoje e a exclusão medieval é que a de hoje funciona por meio da filtragem dos acessos de usuários aos benefícios do sistema, para Bauman.

Bauman trata como folclórica a diretriz da nova geração de esclarecidos, que seria, na visão do autor, uma elite global, formada “no admirável novo mundo monetarista do capital nômade” (BAUMAN, 1999), que crê na destruição das barreiras estatais em prol de um mundo pretensamente livre para todos. O autor escreve que esse folclore vai mais além, por vender a idéia de que “a liberdade (de comércio e a mobilidade de capital, antes e acima de tudo) é a estufa na qual a riqueza cresceria mais rápido do que nunca; e uma vez multiplicada a riqueza, haverá mais para todos” (BAUMAN, 1999).

A nova ordem mundial não superou o abismo existente entre ricos e pobres, o que para Bauman, “é um tipo de provação que se torna ainda mais penosa pela insistente exibição na mídia da conquista do espaço e do ‘acesso virtual’ a distâncias que permanecem teimosamente inacessíveis na realidade efetiva” (BAUMAN, 1999). Por essa via, o autor prossegue dizendo que o fato de estarmos em movimento implica em não pertencer a nenhum lugar, o que para ele também implica em viver desprotegido, e essa falta de proteção caracteriza de modo fundamental o pária.

E, uma vez que a humanidade tolera mal todo tempo de reclusão, os seres humanos que transgridem os limites se convertem em estranhos – cada um teve motivos para temer a bota de cano alto feita para pisar no pó a face do estranho, para espremer o estranho do humano e manter aqueles ainda não pisados, mas prestes a vir a sê-lo, longe do dano ilegal de cruzar fronteiras (BAUMAN, 1998).

Nesse processo, se estar “em movimento significava não fazer parte de nenhum lugar. E não fazer parte de nenhum lugar significava não contar com a proteção de ninguém” (BAUMAN, 1998), o que torna mais complexa a tarefa de identificar com precisão o real foco da luta atual. Contudo, não podemos afirmar com certeza que a luta contra agentes de controle faça sentido quando

*ninguém parece estar no controle agora.* Pior ainda- não está claro o que seria, nas circunstâncias atuais, “ter o controle”. Como antes, todas as iniciativas e ações de ordenação são locais e orientadas para questões específicas; mas não há mais uma localidade com arrogância bastante para falar em nome da humanidade como um todo ou para ser ouvida e obedecida pela humanidade ao se pronunciar. Nem há uma questão única que possa captar e teleguiar a totalidade dos assuntos mundiais e impor a concordância global (BAUMAN, 1999).

## 2 – A PUBLICIDADE E O ILUSIONISMO

A precocidade do adiestramento da criança implica uma mudança de método. Este tende a recorrer, cada vez menos, a sistemas de coerção materiais – pode-se dispensar a palmatória, o castigo – e, cada vez mais, a técnicas de impregnação audiovisuais que fazem o trabalho com suavidade, e em muito maior profundidade (GUATTARI, 1981).

### 2.1 – A sedução publicitária

Seria imprudente abordarmos questões urgentes sobre o controle sem dar o devido destaque à publicidade. Para Guattari (1981), a nossa sociedade possui grande interesse no ilusionismo produzido pelas técnicas publicitárias, por isso, a sedução oferecida pelo poderoso *branding* é algo que não deve ser subestimado. Esse termo que se origina da palavra inglesa *brand*, que significa marca, também é conhecido em parte da cultura juvenil, segundo Massimo Canavacci (2005), como o *beijo-de-fogo*, e se configura pela ação de marcar as partes planas do corpo com ferro incandescente. O que na publicidade funciona de forma análoga, pois, o *branding* do marketing visa modos de marcar fisicamente e emocionalmente o consumidor. Algo semelhante ao que Klein (2002) chama de uma vida marcada.

Temos nessa via discursiva a evidência de um agente potencialmente devastador na interiorização do controle, na perspectiva do controle interno. A conversão de objetos e pessoas em signos através do processo de semiotização publicitária (substituição das coisas por signos), segundo Canevacci (2001), é apenas uma dentre tantas outras tecnologias de controle, que pode ser aplicada tanto individualmente quando de maneira coletiva. Assim:

Aos meios tradicionais de coerção direta, o poder capitalista não pára de acrescentar dispositivos de controle que requerem, se não a cumplicidade de cada indivíduo, pelo menos seu consentimento passivo. Mas tal ampliação de sua ação não é possível, na medida em que esta esteja em condições de atingir as próprias molas da vida e da atividade humana. A miniaturização dos meios vai aqui bem além dos maquinismos técnicos. É no funcionamento de base dos comportamentos perceptivos, sensitivos, afetivos, cognitivos, lingüísticos, etc., que se engasta a maquinaria capitalística, cuja parte desterritorializada “invisível” é, sem dúvida, a mais implacavelmente eficaz. Não podemos aceitar as explicações teóricas da alienação das massas a partir de uma engabelação ideológica qualquer ou de uma paixão coletiva masoquista (GUATTARI, 1981).

Para Canevacci (2001), no passado industrial houve o desejo de dar ênfase aos processos socioeconômicos, mas hoje isso é impraticável, por vivermos numa

sociedade de caráter, cada vez mais, cultural-comunicacional. Nossa sociedade é entendida, pelo autor, como pós-industrial porque prima pela imaterialidade das mercadorias-visuais.

Canevacci trabalha com a idéia de *jogo midiático*. Esse tipo de jogo oferece uma insatisfação permanente, de tal forma que, o desejo sempre está para ser satisfeito, às vias de ser saciado, o que dificilmente vá acontecer de fato. A estratégia, de quem seduz o consumidor, é a de manter o desejo sempre estimulado, sem que o mesmo encontre qualquer satisfação real. Esse procedimento auxilia no controle social através das propagandas, que para o autor, são complexas e paradoxais de propósito, pois, “os paradoxos são insolúveis. Logo que for dada uma solução, eles levam para outras direções” (CANEVACCI, 2001). E Guattari (1981) afirma ser o desejo o alvo prioritário dos dispositivos de controle que agem dentro de cada indivíduo.

Atualmente na cultura do consumo, “a linguagem visual da publicidade” (CANEVACCI, 2001) é capaz de seduzir o público alvo, de modo efetivo, por ter todos os consumidores como *voyeurs*<sup>2</sup> (termo de origem francesa que se refere ao praticante do *voyeurismo* – a atividade daquele que procura prazer sexual através da observação de outras pessoas). Pelo menos é assim que ocorre com a comunicação visual na atualidade, segundo o autor.

Essa sedução publicitária também se dá pelo fascínio causado, para Canevacci, pelas *inversões sedutoras* que consistem basicamente na troca de papéis masculino-feminino. Esse jogo, com base no pensamento de Canevacci, ainda trabalha com elementos da fantasia excitada, ou seja, do excesso que promove o espetáculo e que seduz o consumidor. Nesse caso, “a publicidade veio renovando-se profundamente, conseguindo conquistar a alma ou, então, os sentidos do espectador” (CANEVACCI, 2001).

De maneira complementar ao que explicitamos até o momento, existe a idéia, exposta por Canevacci, de que vivemos na era da *inflação simbólica*, considerando que não houve em outro momento da nossa história, tamanha sobrecarga de imagens e

---

<sup>2</sup> Termo de origem francesa que se refere ao praticante do *voyeurismo* – a atividade daquele que procura prazer sexual através da observação de outras pessoas.

signos sobre nós. O que sugere uma espécie de semiotização dos poderes. Chegamos ao ponto de que até “as letras do alfabeto são substituídas pelas imagens das coisas” (CANEVACCI, 2001). Por isso, “a cultura visual da ‘imagem’ parece unificar aqueles tipos mais facilmente ‘imbuídos’ de formas narcisistas que vivem nas mercadorias pós-industriais” (CANEVACCI, 2001).

“Sentimos com razão medo de um forte crescimento do poder da mídia, enquanto é precisamente a mídia que desmaterializa todo poder – para bem ou para mal” (BAUDRILLARD, 2002). Logo, não existem mais os

“donos do mundo”, mas somente donos da transparência, e não é pelo fato de que o dinheiro, os produtos e as idéias deles atravessam sem obstáculos as fronteiras do mercado mundializado que devemos nos inclinar diante dessa supremacia do virtual, pois seria apenas nova forma de servidão voluntária (BAUDRILLARD, 2002).

Nesse sentido, os benefícios desse novo modo de vida parece se reduzir à *internet*, à moeda e à rede de alimentos congelados, como afirma ironicamente Baudrillard. Portanto, a

nossa impotência é total, apesar ou mesmo em função da informação, da qual estamos saturados. Ruanda: a mídia dizia claramente onde se encontravam os assassinos, os instigadores (onde estávamos de resto), e, contudo, o caso seguiu seu curso. Total, a informação não tem nenhuma consequência. O consenso e a covardia coletiva acham um alibi na informação geral (BAUDRILLARD, 2002).

Segundo Baudrillard, ainda temos grandes problemas quanto às questões da verdade, aliás, são questões sobre a fragmentação generalizada de qualquer referência para uma informação que se possa tomar como verdadeira. Sobre esse assunto Baudrillard expõe que tudo acaba fundamentado na *credibilidade instantânea*, ou seja, após “lançada a informação, enquanto não for desmentida, será verossímil” (BAUDRILLARD, 2002). Nesse caso, “contrariamente à verdade, a credibilidade não tem limites, não se refuta, pois é virtual” (BAUDRILLARD, 2002). O caso do tratamento dispensado ao que outrora poderia ser aceita como verdade, não uma verdade essencial e imutável é claro, mas uma verdade que serviria de referência confiável, pois, ela é reduzida, segundo o autor, à idéia de *verdades fractais* (do latim *fractus*, fração, quebrado), que são figuras da geometria não-Euclidiana.

As informações se esvaziam no campo da incerteza e as ciências se convertem em conhecimentos probabilísticos, e o que outrora parecia, segundo Bauman, uma carreira estável e promissora, na verdade pode esconder um caminho fatal e sem volta. A ilusão de uma carreira confiável sem aviso prévio pode se tornar incerta, insegura, com provável desemprego e fim da renda, ou seja, tudo se converte em medo. Para o autor, só a idéia desconfortável de que podemos perder tudo do dia para a noite nos converte em obedientes empregados. “Verdadeiramente moderna não é a *presteza* em retardar o contentamento, mas a *impossibilidade* de ficar contente” (BAUMAN, 1998).

Estamos diante do que Baudrillard chama de *meteorologia*, que seria a ciência pertinente à nossa era. Por esse prisma, segundo o autor, tanto pesquisas eleitorais, verificações flutuantes, hipóteses flexíveis, quanto qualquer conhecimento e informação aleatória, cotações da bolsa e demais loterias, constituem os novos modos de operar a construção da verdade fractal diante da realidade.

Segundo Baudrillard, essa operação é feita por profissionais da imagem e da mídia que agem como verdadeiros ilusionistas. Esses profissionais criariam o espetáculo que encanta e seduz os potenciais consumidores; por serem os ilusionistas que proporcionam, diante de nós, o espetacular desaparecimento do real. De alguma forma, podemos perceber que “o mundo nunca mais será real, original, e que desde agora tudo está fadado à maldição da tela, à maldição do simulacro” (BAUDRILLARD, 2002). E o autor vai além, afirmando, que as imagens escondem algo, o que significa dizer que: “Atrás de cada imagem, alguma coisa desapareceu (a força do signo tem menos do que ela representa e mais da prestidigitação que lhe é própria)” (BAUDRILLARD, 2002).

Nesse contexto, “sem dúvida é verdade que para fazer alguma coisa existir, hoje, a melhor tática reside na simulação do seu desaparecimento, em mascarar-la para que reencontre a potência da ilusão. Entretanto o objeto ressuscitado nunca mais é o mesmo” (BAUDRILLARD, 2002). Isso, “é de qualquer modo um modelo de simulação projetado em plena desertificação social – realidade virtual obrigatória, a vestir como um conjunto digital (já nos tinham feito engolir a guerra do Golfo como uma guerra *in vácuo*, a vestir também como realidade virtual)” (BAUDRILLARD, 2002).

A mídia de maneira geral propaga informações que foram planejadas de modo estratégico, carregando em si os interesses que por vezes o público não tem acesso. Por esse motivo: “Os bovinos não correm o risco de nos transmitir a doença deles: esta já está em toda parte, vírus mental muito mais funesto do que o vírus biológico” (BAUDRILLARD, 2002). Na verdade,

As redes de comunicação constituem um imenso campo viral, e a transmissão instantânea é em si mesma um perigo mortal. Nessa situação perpétua de massa crítica, basta a menor faísca para rebentar o abscesso de responsabilidade coletiva, assim como o menor corpo projetado numa solução difusa provoca uma cristalização fulgurante (BAUDRILLARD, 2002).

Segundo Klein (2002), essa é a lógica que persegue a ausência de peso das coisas, no processo que, de certo modo, virtualiza os produtos, ou seja, pratica-se a eliminação dos mesmos em proveito do desenvolvimento das marcas.

De acordo com Klein, além de sua face científica, a publicidade possui seu lado espiritual, pois existe a perspectiva atual de que alma e consciência também são atributos das empresas. O que fez o papel do publicitário passar de vendedor de coisas, para o de “rei-filósofo da cultura comercial”, como define Klein. Esse tipo de filósofo comercial é capaz de pensamentos como o expresso pelo chefe executivo sênior de publicidade na Omnicom Group, David Lubars, que diz: “Os consumidores ‘são como baratas’; você enche de inseticidas e eles ficam imunes após algum tempo” (KLEIN, 2002).

Hoje compramos marcas, não produtos, o que leva as empresas e agências de publicidade a uma corrida excessiva pela construção de marcas. Em certos momentos a competição publicitária, a disputa por espaços a serem ocupados leva aos excessos, como o caso da NASA (*National Aeronautics and Space Administration*) que planejou colocar propagandas em suas estações espaciais. Mas podemos ir mais longe, já que a *Pepsi* declarou grande interesse em projetar sua logomarca na superfície lunar. Os dois exemplos anteriores, dentre tantos outros, encontram-se na obra *Sem Logo* da jornalista Naomi Klein.

Na sociedade de consumo e de espetáculo, para Klein, nós consumidores, compramos valores, ou pelo menos cremos nisso, enquanto os anunciantes vendem estilos de vida e atitude.

Klein (2002) afirma que uma empresa como a *Nike*, cria suas campanhas baseadas na ligação das pessoas com os esportes e no desejo de possuir uma bela forma física, enquanto a *Starbucks* planeja suas campanhas para que o seu café faça parte de cada momento da vida das pessoas. Ainda para Klein, tais procedimentos contam, nos bastidores dessa guerra de imagens, com leis extremamente flexíveis, isenções fiscais e uma mão-de-obra barata, quase escrava. Todo esse processo conta com o auxílio de políticas que favorecem a privatização e a desregulamentação do bem público.

Essa prática promove a expansão tentacular do livre mercado, que se esconde atrás da aparente filantropia que conquista terreno nas escolas e nos espaços culturais. Klein analisa que essa lógica sistemática de controle se tornou mais agressiva após os anos 80, quando as corporações se tornam “tão grandes que chegam a substituir o governo” (KLEIN, 2002). E para esses substitutos dos governos, só interessam os acionistas, segundo Klein.

Nesse contexto, segundo Klein, os ídolos “fabricados” são estilos de vida ambulantes, com atitudes e valores da marca materializados em corpos também fabricados, o que insere a nossa cultura, atualmente, em uma “época em que as pessoas são marcas e as marcas são cultura” (KLEIN, 2002).

A publicidade e o patrocínio sempre se voltaram para o uso da imagem para equiparar produtos a experiências culturais e sociais positivas. O que torna diferente o *branding* dos anos 90 é que ele cada vez mais procura retirar essas associações do reino da representação e transformá-los em uma realidade da vida (KLEIN, 2002).

Baudrillard diz que “a mídia revelou-se muito mais conformista, muito mais servil do que previsto; mais servil, às vezes, do que os políticos profissionais” (BAUDRILLARD, 2002). O que nos reconduz à discussão sobre o sentimento de insegurança, pois, “o princípio da incerteza não depende somente da física, situa-se no coração de todas as nossas ações, no coração da ‘realidade’” (BAUDRILLARD, 2002).

A resistência diante desse quadro poderia se constituir numa tomada de posição diante do avanço do mercado, “mas hoje não basta ‘tomar posição’. Mesmo concretamente. Seria preciso um mínimo de controle sobre os meios de expressão.

Senão, logo nos vemos na televisão respondendo a perguntas idiotas” (DELEUZE, 1992). Deveríamos,

Então, participar na produção do programa? É difícil, é um ofício, nem mesmo somos nós os clientes da televisão; os verdadeiros clientes são os anunciantes, os famosos liberais. Não seria divertido ver os filósofos serem patrocinados, vê-los com um monte de marcas no blusão, mas talvez já aconteça (DELEUZE, 1992).

Nesse caso, “será que já se pode apreender esboços dessas formas por vir, capazes de combater as alegrias do *marketing*?” (DELEUZE, 1992). É provável que sim. Caso contrário não teria sentido investigar o tema desta pesquisa.

## 2.2 – A renda

Partimos da discussão sobre a repressão direta para começarmos a apresentar outros meios de controle não ostensivo. Dessa maneira, se a nossa realidade é insegura, boa parte dessa insegurança dependerá de se possuir, ou não, o dinheiro. “É o processo de endividamento constante, pois a dívida é impagável, o que nos torna prisioneiros nos espaços abertos, vigiados e controlados de modo sutil. A renda é um dos dispositivos do aparelho de controle atual” (DELEUZE, 1992).

Deleuze nos fornece mais detalhes para a análise do “novo monstro”, de Burroughs, pois,

Os confinamentos são moldes, distintas moldagens, mas os controles são uma modulação, como uma moldagem auto-deformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cujas malhas mudassem de um ponto a outro. Isto se vê claramente na questão dos salários: a fábrica era um corpo que levava suas forças internas a um ponto de equilíbrio, o mais alto possível para a produção, o mais baixo possível para os salários; mas numa sociedade de controle a empresa substituiu a fábrica, e a empresa é uma alma, um gás. Sem dúvida a fábrica já conhecia o sistema de prêmios mas a empresa se esforça mais profundamente em impor uma modulação para cada salário, num estado de perpétua metaestabilidade, que passa por desafios, concursos e colóquios extremamente cômicos (DELEUZE, 1992).

Por isso, Deleuze afirma que o capitalismo não mantém o homem confinado como antes, mas o mantém endividado. Processo de endividamento que se torna mais agudo quando percebemos, segundo Deleuze, que o capitalismo manteve como constante a extrema miséria de três quartos da população mundial, ou seja, eles são

“pobres demais para a dívida, numerosos demais para o confinamento: o controle não só terá que enfrentar a dissipação das fronteiras, mas também a explosão dos guetos e favelas” (DELEUZE, 1992). Por esse motivo,

a disciplina sempre se referiu a moedas cunhadas em ouro - que servia de medida padrão -, ao passo que o controle remete a trocas flutuantes, modulações que fazem intervir como cifra uma percentagem de diferentes amostras de moeda. A velha toupeira monetária é o animal dos meios de confinamento, mas a serpente o é das sociedades de controle. Passamos de um animal a outro, da toupeira à serpente, no regime em que vivemos, mas também na nossa maneira de viver e nas nossas relações com outrem. O homem da disciplina era um produtor descontínuo de energia, mas o homem do controle é antes ondulatório, funcionando em órbita, num feixe contínuo. Por toda parte o surf já substituiu os antigos esportes. (DELEUZE, 1992).

Para Guattari, o capitalismo opera o poder antes mesmo de realizar uma operação de lucro. De modo que “sempre acabamos voltando à idéia central: através do sistema de assalariados, o capitalismo visa, antes de mais nada, o controle do conjunto da sociedade!” (GUATTARI, 1981). Logo,

O princípio modulador do “salário por mérito” tenta a própria Educação nacional: com efeito, assim como a empresa substitui a fábrica, a formação permanente tende a substituir a escola, e o controle contínuo substitui o exame. Este é o meio mais garantido de entregar a escola à empresa (DELEUZE, 1992).

Inevitavelmente os mecanismos citados acima remetem ao texto de Bauman sobre o mal-estar presente na contemporaneidade, que versa sobre um mundo impregnado tanto pela dívida quanto pela dúvida, de modo que ninguém pode garantir a estabilidade dos empregos. Nesse contexto, qualquer “meio de vida, posição social, reconhecimento de utilidade e merecimento da auto-estima podem todos desvanecer-se simultaneamente da noite para o dia e sem se perceber” (BAUMAN, 1998). O resultado dessa prática é um sentimento de constante incerteza que de modo eficiente proporciona o controle dos indivíduos por dentro.

O que também é novo em torno da interpretação pós-moderna da incerteza (em si mesma, na exatamente uma recém-chegada num mundo do passado moderno) é que ela já não é vista como um mero inconveniente temporário, que com o esforço devido possa ser ou abrandado ou inteiramente transposto. O mundo pós-moderno está-se preparando para a vida sob uma condição de incerteza que é permanente e irreduzível (BAUMAN, 1998).

No contexto atual, o emprego não é garantido, e “as outras redes de segurança, tecidas e sustentadas pessoalmente, essa segunda linha de trincheiras outrora

oferecida pela vizinhança ou pela família”, onde podíamos ficar em segurança recolhidos, até nos recuperarmos dos maus tratos “do local de trabalho – se elas não se desintegram, então pelo menos foram consideravelmente enfraquecidas” (Bauman, 1998).

Segundo Bauman (1998), esse processo deve contar com o auxílio de políticas que favoreçam a privatização e desregulamentação do bem público, que abra caminho para que as corporações tracem as diretrizes sobre a renda e a segurança, interferindo na vida da maioria das pessoas. De modo semelhante, Klein (2002), diz que a pretensa estabilidade proporcionada pela renda e pela garantia de vida livre, plena e longa, converte os cidadãos em consumidores fiéis às marcas. Discussão que prepara o terreno para abrigar o próximo item desta pesquisa.

### **2.3 – O consumo**

Bauman (1998) fala da nossa sociedade atual, como sendo uma sociedade predominantemente de consumo. O que não significa, segundo o autor, que devemos tratar a situação do consumo excessivo, como se não tivesse havido consumo em outras fases da história humana, pois, a questão é: hoje há uma ênfase bem maior sobre o consumo, em todos os setores da sociedade, e talvez essa seja uma diferença marcante da nossa atual situação. Na atualidade,

as diferenças são tão profundas e multiformes que justificam plenamente falar da nossa sociedade como sendo de um tipo distinto e separado – uma sociedade de consumo. O consumidor em uma sociedade de consumo é uma criatura acentuadamente diferente dos consumidores de quaisquer outras sociedades até aqui (BAUMAN, 1999).

Um dos modos de difundir o consumo em todos os espaços da sociedade contemporânea se dá através do esquecimento, o que nos leva a uma espécie de culto exacerbado do presente. Nessa perspectiva, a “cultura da sociedade do consumo envolve, sobretudo, o esquecimento, não o aprendizado” (BAUMAN, 1999).

Outra importante questão nessa discussão sobre o consumo se refere novamente à idéia de mobilidade, pois, “o consumidor é uma pessoa em movimento e fadada a se mover sempre” (BAUMAN, 1999). Esse movimento também é a condição

dos produtos que circulam em escala global, principalmente quando se percebe que os objetos duráveis perdem terreno para as coisas que seguem a nova regra mundial, a regra da obsolescência. Segundo o autor, nem mesmo as identidades escapam ao processo de obsolescência, principalmente quando as identidades “podem ser adotadas e descartadas como uma troca de roupa” (BAUMAN, 1998), num jogo de obsolescência planejada. Por essa perspectiva:

A cultura do consumo é fundada na constante produção e reprodução de sinais bem reconhecíveis por seus donos e por seu público; ela não encoraja um conformismo passivo na escolha das mercadorias, mas, pelo contrário, procura educar os indivíduos a ler as diferenças dos sinais, a decodificar facilmente as infinitas minúcias que diferenciam as roupas, os livros, os alimentos, os automóveis, os ambientes (CANEVACCI, 2005).

Além do que fora apresentado sobre a obsolescência das coisas, Naomi Klein, distintamente do autor de *Culturas eXtremas*, Massimo Canevacci, por perceber na cultura juvenil e na idéia de jovens intermináveis um eficaz meio para estimular o consumo excessivo, apresenta outro dado importante. Klein aponta o narcisismo adolescente<sup>3</sup> e o mercado jovem como o segmento que salva as empresas do fracasso financeiro.

As marcas, segundo a Klein (2002), através do *branding*, ocupam as escolas<sup>4</sup>, fazendo com que a onipresença corporativa percorra cada setor da cultura jovem. O que ocorre principalmente nos guetos americanos, latinos ou negros, que recebem uma atenção especial das agências de publicidade, que exploram a construção de significados, para vender a identidade e a atitude; ambas quase irreconhecíveis na nos dias atuais, segundo a canadense.

Ainda na perspectiva da escritora, percebe-se que atualmente a ideia propagada trata as culturas e as nacionalidades como objetos da moda, destacáveis, e que podem ser retirados e recolocados de acordo com a conveniência da moda. Algo evidente na cultura adolescente global, que é o alvo preferido das novas políticas de

---

<sup>3</sup> “Seus pais podem ter freqüentado brechós, mas os filhos, como ficou claro, ainda estavam dispostos a pagar para ser aceitos” (KLEIN, 2002).

<sup>4</sup> Naomi Klein abre um dos capítulos do livro (Sem Logo), com a epígrafe: “É terrível dizer isso, mas com muita freqüência as roupas mais empolgantes são as das pessoas mais pobres”. Estilista Christian Lacroix, na Vogue, Abril de 1994.

mercado. Para tal, a publicidade desponta como um dos mais eficientes instrumentos de estímulo ao consumo, como retratou Klein em sua obra *Sem Logo*.

### 3 – A NOVA RESISTÊNCIA

“É a guerra deles, para nós ficam resistência e êxodo” (NEGRI, 2003).

#### 3.1 – A ideia de resistência

O mesmo procedimento utilizado para abrir o primeiro capítulo será importante para iniciar o atual. É necessário caracterizar qual a noção de resistência adotada para compor as discussões expostas aqui.

Nossa noção de resistência pode ser vista como um processo particular e internalizado, ou seja, ela pode ocorrer de maneira específica, diferente das grandes insurreições, ela pode não ter uma proporção macro como as revoluções sociais. Mesmo assim, a resistência se constitui contra o sistema capitalista, pois, “mais aquém estão os devires que escapam ao controle, as minorias que não param de ressuscitar e de resistir” (DELEUZE, 1992).

A nova fase da resistência retoma a ideia de que “o objeto social é colocado em condições de tomar a palavra, sem ter que recorrer a instâncias representativas para exprimir-se” (GUATTARI, 1981). Essa perspectiva não permite centralizar a verdade nas mãos de especialistas do saber, pois existe a possibilidade de que os grupos falem por si mesmos, sem depender de representantes, ou melhor, sem depender dos políticos profissionais, dos burocratas e especialistas acadêmicos.

Cada vez que se ouve: ninguém pode negar..., todo mundo há de reconhecer que..., sabemos que vem uma mentira ou um slogan. Mesmo depois de 68 era comum, por exemplo num programa de televisão sobre as prisões, que se fizesse falar todo mundo, o juiz, o guarda, a visitante, o homem da rua, todo mundo menos um preso ou um ex-presos. Hoje isso ficou mais difícil, e é uma conquista de 68: que as pessoas falem em seu próprio nome (DELEUZE, 1992).

Baudrillard parece ter percebido como poucos a constituição da nova resistência diante do avanço corporativo capitalista, já que “face à potência diluidora e homogeneizadora, vemos levantar-se por toda parte forças heterogêneas, não somente diferentes, mas antagônicas e irreduzíveis” (BAUDRILLARD, 2002).

Uma pergunta parece ganhar consistência na fase atual da humanidade; afinal de contas, se resiste a quê? Pergunta que faz todo sentido quando consideramos que os alvos combatidos hoje são voláteis, são inimigos sem uma identidade definida. É um tipo de poder que prefere permanecer estrategicamente camuflado. O inimigo que é alvo de ativistas evita os olhares da sociedade, principalmente quando o olhar parte do setor da sociedade que pretende constituir a resistência ao seu modo de governar o conjunto da sociedade. Por isso, é tão importante que o pesquisador que abordar o problema da resistência efetive a

saída do gueto, a definição de novos objetivos, a imersão de uma cartografia operacional das lutas, a determinação do caráter de violência dos enfrentamentos, a natureza das formas de organização necessárias pelos novos campos políticos e micropolíticos (seus sistemas de expressão, de coordenação, de proliferação, seu grau relativo de centralidade, o fato de que elas sejam duradouras ou efêmeras, clandestinas ou públicas), todas essas questões passam por uma renovação completa na abordagem do problema central, mal chamado e maltratado há tanto tempo: o da *ação das massas*. E, para dizer a verdade, tenho a impressão de que não soubemos avaliar essa renovação (GUATTARI, 1981).

Além de apresentarmos a noção de resistência adotada neste trabalho, precisamos ter em mente qual ideia de intervenção é essencial para a compreensão do objeto desta pesquisa. Para tal, utilizamos a noção de intervenção que pode ser lida como uma ação de interferir em algo. Por mais simples que pareça tal definição, preferimos a ideia de interferência, pois a mesma é a tradução literal do termo *jamming* que é tão caro a esta investigação, como veremos mais a frente.

Logo, sobre o uso que fazemos do termo “intervenção” é importante notar que adotamos um tipo específico de intervenção na realidade, que é urbana. A interferência em questão se dá no espaço urbano que é o palco das lutas travadas pela nova resistência. O que nos remete ao primeiro capítulo desta dissertação que em um dado momento apresentou discussões sobre a vigilância e o controle operado no espaço urbano.

A experiência de apropriação do espaço urbano desde o surgimento dos situacionistas ganhou um caráter cada vez mais lúdico. Essa ocupação ou retomada dos espaços pelos situacionistas, ou por outros movimentos que se inspiraram neles, nos conduz a abordagem da deriva que é mais um termo importante para

compreendermos certas especificidades de uma ação que “potencializa a circulação urbana, retomando a figura do *flâneur*<sup>5</sup> teorizada por Walter Benjamin. Assim como as experiências dadaístas em suas excursões a lugares banais e deambulações surrealistas” (MESQUITA, 2008).

Segundo Mesquita (2008), a Internacional Situacionista foi fundada da união de três grupos em 28 de julho de 1957 e teve seu fim em 1972. Durante um congresso realizado na vila italiana de Cosio d’Arroscia os membros do MIBI (Movimento Internacional por uma Bauhaus Imaginista – 1954-1957), da Internacional letrista e da *London Psychogeographical Association* (associação inventada por Ralph Rumney). A Internacional Situacionista antes da expulsão da maior parte dos membros fundadores era composta por 70 pessoas de 16 nacionalidades diferentes. Muitas polêmicas e divergências de opinião levaram às expulsões.

Os situacionistas procuravam, de acordo com as afirmações de Mesquita, romper com as formas clássicas da arte (a arte moderna) utilizando como linguagem estética a prática do *détournement*. Essa palavra francesa pode ser traduzida como desvio. Entretanto, esse desvio seria um jogo de desmontagem e de reconstrução do que já existe. Por meio dessa intervenção buscavam “superar o culto burguês da originalidade e da propriedade privada, retomando a colagem dadaísta e os plágios de Lautréamont” (MESQUITA, 2008). Logo, “o *détournement* consiste na apropriação de elementos estéticos preexistentes com o objetivo de criar novos significados” (MESQUITA, 2008).

A prática da deriva (ou desvio) mantém seu caráter social e afetivo contando com as vadiagens e as intervenções pelo cenário urbano para provocar os que vigiam as cidades, de acordo com a exposição de Mesquita. Nesse caso:

O fluxo coletivo da manifestação ativista produz um novo espaço urbano em momentos de auto-organização e hedonismo politizado, desconstruindo a aura cosmopolita das cidades globais, o controle privado dos centros urbanos e a ascensão de uma economia de mercado que se reflete na gentrificação e nas falsas utopias de consumo esteticamente controladas pelas imagens da publicidade, pelas estratégias de *marketing* e pela vigilância corporativa (MESQUITA, 2008).

---

<sup>5</sup> O termo francês *flâneur* possui o significado básico de vadio ou andarilho.

Nesse viés, Guattari (1981), destaca personagens emblemáticos de 1968, numa guerra que também foi simbólica, e que contou com o apoio das rádios independentes e de Franco Bernardi (também conhecido como Bifo) – que foi considerado um dos animadores mais proeminentes da *Rádio Alice*. “Em fevereiro de 1976 nascia à rádio Alice, após muitos meses de gestação fantasiosa. Havia pelo menos dois espíritos, talvez três, na origem daquela rádio. Havia um espírito eticamente intransigente e contrainformativo. E havia um espírito poético-libertário<sup>6</sup>”. Bifo, posteriormente, foi preso pela acusação de incitar à revolta, isso, ainda, em 1976.

A intervenção praticada pelas rádios independentes cumpriu o seu papel como uma importante opção de resistência, por isso mesmo, o autor diz ter existido uma “vigilância especial aos pequenos grupos perversos” que propulsaram “palavras, inventando frases, atitudes suscetíveis de contaminar populações inteiras” (GUATTARI, 1981). Esse nicho das rádios independentes, com seu modo peculiar de tratar a informação, de alguma maneira, nos ajuda na compreensão sobre o modo de operar dos grupos atuais. A importância das rádios ficará mais evidente quando tratarmos da origem dos *jammers* que é intimamente ligada à música e às rádios improvisadas.

### 3.2 – A tirania não é privilégio de quem comanda

Para evitarmos confundir as ações de resistência com atos de outra natureza precisamos de muita cautela, já que pretendemos nortear nossas discussões com um conceito, por vezes, tão complexo e difícil de ser delimitado, pois

*Depois de Gênova<sup>7</sup>, a convicção de que somente os corpos pudessem resistir tornou-se geral. Mas é preciso ter cuidado quando se fala em resistência dos corpos, porque, por exemplo, também o camicase é um corpo que resiste.*

<sup>6</sup> Nel febbraio del 1976 era nata Radio Alice, dopo molti mesi di fantasiosa gestazione. C'erano almeno due anime, forse tre, all'origine di quella radio. C'era un'anima eticamente intransigente e controinformativa. E c'era un'anima poetico-libertaria (Tradução livre). Disponível em: <<http://www.radioalice.org/>>. Acesso em: 09 nov. 2009.

<sup>7</sup> Negri refere-se à reunião do G-8, que ocorreu em julho de 2001, em Gênova na Itália. O evento se transformou num divisor de águas para os ativistas antiglobalização, pois, os protestos, anti-G-8, daquele ano repercutem até os dias atuais. Gênova foi palco de batalhas urbanas entre ativistas e policiais que resultaram na morte do ativista Carlo Giuliani, que virou uma espécie de mártir anarquista. Evento que fomentou mais ações radicais por parte dos ativistas, em resposta à repressão policial. Gênova foi precedida por uma série de protestos, em Seattle, em novembro de 1999, contra a Organização Mundial do Comércio.

Nosso problema não é, evidentemente, o camicase: de fato, queremos exercer uma resistência que seja, ao mesmo tempo, uma afirmação de desejo e de vida. Não é possível opor-se à guerra através da guerra (NEGRI, 2003).

Guattari pondera que os ataques realizados por grupelhos, principalmente os clandestinos, ao invés de resultarem em ganho para o ideal de uma sociedade melhor e mais justa, na verdade, só colaboram para “as fabulosas campanhas de intoxicação imaginária e de extensão contínua do controle social e da repressão” (GUATTARI, 1981).

Os grupos fechados em si mesmos, para o autor, necessitariam de *multicentralidade* e *heterocentralidade*, pois, “é mais do que óbvio, infelizmente, que as diversas formas de luta armada que cristalizam na Europa, durante a última década, em torno de grupelhos dogmáticos, só conduzem a resultados absurdos e monstruosos” (GUATTARI, 1981). Por isso, pode ser interessante

desconfiar das ilusões retroativas da memória! Maio de 68 talvez tenha liberado atitudes militantes, mas não liberou as cabeças, que permaneciam completamente poluídas e que demoraram muito mais tempo para se abrir às questões de loucura, de homossexualidade, de droga, de delinquência, de prostituição, de liberação da mulher, etc. (GUATTARI, 1981).

Para o autor, tanto Freud quanto Marx, e os grupos que pretensamente assumem a resistência antifascista, “não só não atrapalham o sistema, como foram convertidos em guardiões da ordem estabelecida” (GUATTARI, 1981), o que se constitui através da conversão das resistências em máquinas de repressão e morte, ou seja, se convertem em parte do aparelho estatal de controle.

Nessa trilha epistemológica, sempre podemos considerar que existe o risco de nos tornarmos um dos “agentes da forma embrionária de um novo tipo de fascismo” (GUATTARI, 1981), principalmente se consideramos que

o capitalismo reduz tudo ao estado de merda, isto é, ao estado de fluxos indiferenciados e descodificados, dos quais cada um deve tirar sua parte, de um modo privado e culpabilizado. É o regime de permutabilidade: qualquer coisa em “justas” proporções, pode equivaler a qualquer coisa. Marx e Freud, por exemplo, reduzidos ao estado de mingau dogmático, puderam ser expostos no comércio sem qualquer risco para o sistema (GUATTARI, 1981).

Ainda sobre o tema em debate, Guattari afirma que “nosso inconsciente é equipado para assegurar a sua cumplicidade com as formações repressivas

dominantes” (GUATTARI, 1981); desse modo, seria possível o surgimento de novas formas repressivas. Para o filósofo, de fato, ninguém escapa da possibilidade de incorrer no exercício fascista de poder, mesmo dentro dos grupos que dizem combater os totalitarismos. Por esse motivo, alguns movimentos preferem “não mais os especialistas do pensamento ou militantismo que propõem novos modelos, mas pessoas diretamente interessadas que experimentam novas formas de viver” (GUATTARI, 1981).

É importante considerar que ainda “permanece na ordem do dia tanto do capitalismo quanto do socialismo burocrático a busca, a experimentação de um sistema autoritário fascista” (GUATTARI, 1981). Nesse jogo,

Muitas forças tendem hoje à liberação das energias populares e do desejo próprio de toda espécie de minorias oprimidas, e para enfrentar essa situação os poderes vigentes não param de reforçar as estruturas repressivas. Mas não necessariamente de maneira massiva. A repressão é adaptada de modo que possa ser interiorizada mais facilmente. O que não significa que ela tenha sido suavizada. Suas formas muito óbvias são hoje mal toleradas e por isso o que se busca é uma espécie de miniaturização do fascismo. Não se usam mais, necessariamente, cassetetes ou campos de extermínio: procura-se de preferência controlar as pessoas por laços quase invisíveis que as prendem mais eficientemente ao modo de produção capitalista (ou socialista-burocrática) na medida em que elas o investem de modo inconsciente (GUATTARI, 1981).

Guattari é um dos autores que trabalha com a ideia de que os poderes são exercidos ou se difundem microscopicamente, considerando que inevitavelmente todos acabam participando desse jogo de controle e repressão; caso consideremos que “de fato como vimos, num mesmo dia, um mesmo indivíduo não pára de mudar de papéis: explorado na oficina ou no escritório, torna-se por sua vez explorador na família, no casal, etc.” (GUATTARI, 1981). De alguma maneira

O papel de Hitler, enquanto indivíduo portador de um certo tipo de competência, foi, certamente, desprezível, mas seu papel, enquanto cristalizador de uma nova figura desta máquina totalitária, foi e continua sendo fundamental. Hitler ainda está vivo! Ele circula nos sonhos, nos delírios, nos filmes, nos comportamentos torturadores dos policiais, entre os bandos de jovens que veneram seus ícones, sem nada conhecerem do nazismo (Guattari, 1981).

Não obstante, “é ao nível de cada tentativa que se avaliam a capacidade de resistência ou, ao contrário, a submissão a um controle” (DELEUZE, 1992), o que corrobora com a ideia de que os grupos de intervenção em suas ações podem

demonstrar se realmente fazem parte da nova resistência, ou seja, se resistem de fato ou se apenas participam do jogo do poder fascista.

Para polemizarmos mais a questão sobre todos nós sermos, em potência, portadores de microfascismos, lembramos umas das indagações feitas por Baudrillard (2002) que sugere a possibilidade da imaginação ter chegado ao poder, evidentemente fazendo referência a um dos lemas difundidos pelos ativistas de Maio de 1968<sup>8</sup>.

“Sonhamos, em princípio, com a imaginação no poder – no poder político se entende –, mas sonhamos com isso cada vez menos, ou mesmo nada” (BAUDRILLARD, 2002). Por isso mesmo deveríamos perceber “a inutilidade de querer localizar a imaginação em algum lugar, simplesmente porque ela não existe mais. No dia que isso se tornar flagrante, a vaga decepção coletiva que paira na atualidade se transformará numa náusea gigante” (BAUDRILLARD, 2002).

Essa crítica ganha mais consistência quando se percebe que:

A experiência provou que nesse campo não bastam as boas intenções. Existe, pra valer, um risco objetivo de que, da conjunção entre aparelho repressivo e a lógica dos grupelhos, renasçam inelutavelmente formas monstruosas de desejo de tirania e de desejo de sujeição. Quero que me entendam bem, não estou dizendo que estas “sobem” lá dos fundos do inconsciente onde elas teriam ficado enterradas, recalçadas... Não, simplesmente certos empreendimentos revolucionários, fracos em seus projetos, raquíticos em suas idéias e seus desejos, fechando-se em si mesmos, *re-montam*, *re-compõem* os mesmos velhos modelos reacionários de máquinas de guerra, as mesmas velhas máquinas de tortura moral e física que atravancam todos os recantos da história (GUATTARI, 1981).

Entretanto, a resistência não deve ser simplesmente criminalizada, quando consideramos que os meios de comunicação de massa possuem, segundo Baudrillard, grande participação na criminalização dos movimentos sociais.

A associação entre a mídia e o processo político nos Estados democráticos é essencial para a manutenção do *status quo*, principalmente na era da informação. Assim, os verdadeiros “delinqüentes, fraudadores e outros especuladores políticos e financeiros jogaram também antecipadamente, contando, sem reservas e sem escrúpulos, com essa anistia simbólica” (BAUDRILLARD, 2002). O que constitui certa passividade ou permissividade por parte do público geral, que aceita os grandes

---

<sup>8</sup> “Quem falou em imaginação no poder? Nunca houve imaginação no poder” (BAUDRILLARD, 2002).

desfalques e roubos; de maneira que “a democracia, depois de ter estancando as suas hemorragias, seu fluxo menstrual, a golpes de escândalos, regenera-se no coito eleitoral” (BAUDRILLARD, 2002). Isso pode naturalmente fazer com que a credibilidade outrora depositada nos políticos e na própria mídia, gradualmente desapareça diante do público. No fechamento desta seção é fácil notar que boa parte do combate travado se dá por meio do simbólico, ou seja, através de imagens.

### 3.3 – A guerra simbólica e global

Para ensaiar uma discussão profícua sobre o produto da resistência contemporânea é pertinente perceber que o combate materializado em ações diretas de repúdio aos líderes mundiais e às grandes corporações, em muito se aproxima da ideia de *guerra civil* exposta por Antônio Negri e Michel Hardt em sua obra *O Império*.

Pela perspectiva de Negri, a guerra travada hoje, além de ser civil, é interna. O termo *guerra civil* é empregado pelos referidos autores tendo em mente que todos os conflitos ocorrem dentro do mundo globalizado. “A guerra é longa, infinita e, por outro lado, seletiva, hierárquica; ela desenha espaços e confins. Eis a qualificação pós-moderna de guerra” (NEGRI, 2003). Por essa perspectiva, a guerra atual se constrói dentro do sistema hegemônico, e isso leva Negri a afirmar que essa guerra se reduz à polícia, considerando o papel dos agentes responsáveis pela repressão que colaboram para o confinamento, e eliminação, dos possíveis focos de resistência.

Em outros termos, o pobre não está fora da história, não há nada que esteja fora da produção, estamos todos aqui dentro. Então, esse não lugar que é o lado de fora, a exclusão, o espaço da pobreza, não pode existir, ele próprio, sem resistência: este é o conceito elementar que aqui reivindicamos (NEGRI, 2003).

A ideia de Guerra, para esses autores é bem peculiar, permitindo-nos uma visão diferenciada a respeito dos novos movimentos de resistência em constante conflito com os agentes do controle social. Negri e Hardt sugerem que, hoje, o policiamento age por meio da repressão com o objetivo de evitar que estoure uma guerra civil.

Os conflitos entre países (como no caso dos atentados de 11 de Setembro) ocorrem dentro de um mesmo plano. E qual seria esse mesmo plano? É o que os autores chamam de *nova soberania*, em que não é fácil fazer a distinção entre dentro e fora (externo e interno). Tudo está dentro do sistema de algum modo. Para Negri e Hardt (2004) o poder também é exercido sobre o corpo, o que nos remete à noção foucaultiana de biopoder. Nesse contexto as especializações científicas estão a serviço do mercado.

Bauman (1999) também fala de um tipo de guerra civil que seria uma guerra de bandos. Para ele, as guerras raramente são motivadas por alguma ideologia nos dias atuais. As motivações podem ser as mais variadas, dependendo do grupo e do contexto em que se inserem.

Nesse contexto, existe “a necessidade de resistir a um capitalismo sempre mais parasitário e predador, cuja legitimação (por si mesmo e pelos instrumentos estatais e imperiais com os quais eventualmente se identifica) torna-se completamente bélica” (NEGRI, 2003). Num trecho da entrevista concedida por Negri ao jornalista Zolo, o autor declara enfaticamente preferir os modos de pensar e agir dos militantes nos movimentos globais, em suas investidas contra o *Império*, por acreditar que os mesmos “são muito mais inteligentes e capazes do que nós, quando éramos pequenos” (NEGRI, 2003). Por esse motivo precisamos “explorar novas formas de democracia, formas que sejam não-representativas ou diversamente representativas, descobrir uma democracia que seja adequada aos nossos tempos” (NEGRI, 2003).

As novas táticas utilizadas por grupos de intervenção urbana primam pela apropriação das tecnologias capitalista para realizar os seus ataques contra o sistema vigente na atualidade. A nova resistência surge com armas mais sofisticadas e atuais porque “o imperialismo mudou de rosto” (BAUDRILLARD, 2002).

O que ocorre hoje é complexo, por isso, exigiu e continua exigindo mudanças por parte da resistência, e vale frisar, como foi mencionado no capítulo anterior, o controle mudou seus métodos, tornando-se mais eficiente. O que naturalmente força a resistência a se adaptar para não ser eliminada de uma vez, porque o

Ocidente quer impor doravante ao mundo inteiro, sob a cobertura do universal, não os seus valores, completamente desconjuntados, mas justamente a sua ausência de valores. Por toda parte onde sobrevive, onde persiste alguma singularidade, alguma minoria, algum idioma específico, alguma paixão ou crença irreduzível, e, sobretudo alguma visão de mundo antagônica, é preciso impor uma ordem indiferente – tão indiferente quanto somos em relação aos nossos próprios valores. Distribuimos generosamente o direito à diferença, mas, em segredo, e desta vez de modo inexorável, trabalhamos para construir um mundo exangue e indiferenciado (BAUDRILLARD, 2002).

A batalha simbólica é apenas uma parte da guerra, pois existem múltiplas batalhas que compõem a guerra civil descrita anteriormente. Em meio aos modos de efetivar o controle social e aos múltiplos modos de resistir ao controle. Por isso, os ativistas *antimarketing*

Em vez de chamar a atenção para a casa de espelhos que passa por verdade empírica (como fizeram os acadêmicos pós-modernos), e em vez de lutar por melhores espelhos (como fizeram os guerreiros da política de identidade), os militantes da mídia de hoje estão concentrados em despedaçar as impenetráveis superfícies brilhantes da cultura de grife, catando os pedaços e usando-os como armas afiadas em uma guerra de ações, não de imagens (KLEIN, 2002).

Poderíamos compreender a afirmação final da citação acima, não como uma simples contradição presente na definição do ativismo contemporâneo dos *jammers*, a ser tratado no próximo capítulo, mas com uma ênfase nas ações e nas interferências dos mesmos. O que não permite reduzir a intervenção *jamming* à guerra de imagens, por mais que seja simbólica não pode perder seu caráter de ações direta na realidade, o seu peso enquanto intervenção. Muitas batalhas são travadas com vistas ao controle das mídias ou, segundo Negri (2003), tendo como meta o controle das novas linguagens.

Ele adota como referência, o fato de que vivemos numa fase de produção pós-fordista, ou seja, numa fase em que até mesmo a linguagem se tornou um tipo de força de trabalho. Um trabalho criativo para Negri (2003). Nesse sentido, a linguagem se tornou um tipo especial de arma, que serve aos interesses dos governos e das resistências a esses governos. Mesmo assim,

talvez a fala, a comunicação, estejam apodrecidas. Estão inteiramente penetradas pelo dinheiro: não por acidente, mas por natureza. É preciso um desvio da fala. Criar foi sempre coisa distinta de comunicar. O importante talvez venha a ser criar vacúolos de não-comunicação, interruptores, para escapar ao controle (DELEUZE, 1992).

Por sua vez, e de modo complementar às ideias dos parágrafos anteriores, Guattari (1981) criticou a imobilidade daqueles que ainda estão presos às ideias herdadas do século XIX. Para o autor, essas são concepções da sociedade que não acham correspondência com a nossa atualidade, nos mantendo fora da realidade, fechados em nossos próprios guetos, nos condicionando a ficar sempre na defensiva. Essa atitude não nos permitiria perceber o surgimento das novas formas de resistência, nos mais variados campos de atuação. É pertinente ressaltar que Guattari faz esse comentário tendo como referência o contexto de Maio de 1968, na França.

Nessa discussão a *internet* se mostra um eficiente instrumento que facilita o processo de globalização da resistência. O EZLN – Exército Zapatista de Libertação Nacional – talvez seja um dos grupos que mais colaborou para o ressurgimento da esquerda mundial, com o uso da *internet* e de novas mídias. Esse grupo mexicano oferece resistência sem se fechar para o mundo. Os Zapatistas com seus discursos poéticos participam de uma cultura de subversão operando a contrainformação como um dos meios de se manterem abertos às outras formas de luta, além da luta armada, segundo Klein (2002). Existe uma perspectiva de resistência experimentada numa espécie de ativismo semiótico, segundo Mesquita (2008), que se estende hoje em vários modos de militância.

Nesse contexto de conflito “parece que certas fórmulas capitalistas caíram por terra por ocasião de uma guerra mundial ou de uma crise, e depois ressurgiram sob outras formas, encontrando outros fundamentos” (GUATTARI, 1981). E isso favorece a ideia de que algo novo surge com o advento das revoltas de Maio de 1968.

## 4 – A INTERFERÊNCIA JAMMER

“De qualquer maneira, a ditadura das imagens é uma ditadura irônica” (BAUDRILLARD, 2002).

### 4.1 – A origem da *culture jamming*

Segundo Klein, o termo *Culture Jamming* deve sua origem à banda musical chamada *Negativeland* que fazia colagens experimentais com todo tipo de áudios. Essa banda de São Francisco lançou em 1985, um álbum intitulado *JamCon'84*; tendo em mente a idéia de uma *rádio jamming* que no Brasil pode ser comparada com uma rádio pirata. Assim, a “*culture jamming* é o conjunto de técnicas de intervenção e sabotagem cultural que alteram e subvertem os símbolos comerciais impostos pelo *marketing* das grandes empresas através da publicidade, virando estes códigos contra os seus criadores” (KLEIN, 2002). Nesse sentido, o termo *culture jamming* pode ser traduzido como uma espécie de ação de pirataria da cultura ou um tipo de interferência cultural.

Nessa concepção de interferência, no caso das rádios, basicamente as frequências públicas seriam sabotadas por artistas independentes através do uso da frequência oficial; que seria utilizada para transmitir seus áudios subversivos ou, simplesmente, para interromper as frequências legais. Na obra *Sem Logo*, Klein apresenta a comparação feita pelos ativistas das táticas de resistência simbólica com a arte marcial conhecida como *Jiu-jitsu*<sup>9</sup>.

Kalle Lasn<sup>10</sup> diz que a desilusão de ativistas provenientes de outros grupos de esquerda motivou a criação da *culture jamming*. Na opinião de Lasn, no grupo composto por esses ativistas desiludidos, existe a sensação de que os movimentos abandonados por eles haviam chegado ao seu auge, mas isso logo passou. Entretanto, desse sentimento de desilusão com os movimentos de resistência em declínio,

<sup>9</sup> O *Jiu-Jitsu* tem como princípio “ceder para vencer”, usar o peso e a força de seu adversário contra ele mesmo. Fonte: <<http://www.fabiogurgel.com.br/jiu-jitsu.php>>. Acesso em: 20 jan. 2009.

<sup>10</sup> Nascido em 1942, na Estônia, uma antiga república soviética, Kalle Lasn fugiu do país em 1944 com sua família, tendo como destino a Austrália. Na década de 1960, trabalhou como executivo de publicidade no Japão, até que se fartou com a corrupção escondida por trás da indústria das alegações de “neutralidade ética”. Hoje, Kalle Lasn, fundador da *Adbusters Magazine*, vive nos arredores de Vancouver, British Columbia, com a sua família. Lá fica a sede da agência de publicidade que ele chefia. Fonte: <http://www.satyamag.com/may05/lasn.html>. Acesso em: 01 set. 2009.

acabaram percebendo que a cultura estava se transformando no novo campo de batalha. Lasn atribui o desânimo desses grupos de esquerda a sua falta de organização e à eleição de George W. Bush como presidente dos E.U.A.

A vontade política tendo se tornado estéril e a *pole position* do poder, virtualmente vacante (desde 1968 talvez?), a esquerda precipitou-se para tomá-lo e imediatamente desintegrou-se no vazio. (Da mesma maneira a *pole position* masculina estando virtualmente desocupada – o privilégio do homem tendo desaparecido –, o feminismo tem pressa em ocupá-la e, claro, cai na armadilha que é o próprio vazio do poder (BAUDRILLARD, 2002).

Nas reuniões entre esses ativistas, foi decidido que lutariam pela retomada da cultura que foi apropriada indevidamente pelas corporações. É basicamente isso o que eles fazem há uns 25 anos. Mas Lasn acredita que hoje a situação é pior quando comparada ao contexto do surgimento dos *jammers* (década de 80 do século XX); porque o nosso modo de viver tornou-se insuportável.

Dentre tantos exemplos de grupos que formam o nicho onde se insere a *culture jamming*, podemos mencionar as festas de rua, chamadas de *Reclaim the Streets* (as ruas são literalmente retomadas pelos festeiros e ativistas) e os festivais de *Mídia Tática*, muito comuns após os anos 90. Essas ações ganham destaque pela utilização da tecnologia com fins políticos nos protestos antimundialistas e anticapitalistas.

Para Klein (2002), das diversas intervenções políticas e artísticas da atualidade, muitas foram influenciadas por vanguardas do início do século XX, em manifestações do pós-guerra que vão do *Dadaísmo* ao *Surrealismo*. Desses destacaram-se grupos como o *Cobra*, que surgiu em 1948 e encerrou suas atividades em 1951, e a Internacional Situacionista francesa. Em especial, quando se considera a relação entre as práticas atuais e a comunicação de guerrilha da *rádio jamming*, que mantinha seu funcionamento na Internacional Situacionista.

A Internacional Situacionista tornou-se fundamental para a investigação que resultou nesta dissertação, pois existe forte ligação entre as práticas que influenciaram decisivamente o evento de Maio de 1968 e a resistência simbólica atual é muito evidente, tanto que Naomi Klein (2002) menciona essa ligação. Essa influência torna-se marcante quando percebermos que os situacionistas escolheram confrontar a sociedade utilizando as próprias armas da sociedade confrontada (novamente vale

mencionar a tática *jiu-jitsu*). Tal atitude nos remete mais uma vez ao que debatemos noutro tópico deste texto como guerra que é travada dentro do sistema. Os situacionistas apropriavam-se de imagens e textos “da cultura de massa, como a publicidade e as histórias em quadrinhos” (MESQUITA, 2008). Com esses materiais, os situacionistas elaboravam novos significados que eram críticos e subversivos. Eles “desviaram os balões das tiras dos quadrinhos substituindo-os por análises políticas, grafitavam frases nas ruas ou se apropriavam dos anúncios e dos textos dos jornais” (MESQUITA, 2008).

**Figura 1**



Fonte: <<http://www.greenpeace.org/international/photosvideos/photos/culture-jamming-the-esso-logo>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

O que apresentamos sobre o situacionismo talvez ajude a compreendermos melhor a inspiração para interferências como demonstrada na imagem acima, na qual temos um exemplo da ação de *jammers* que foi publicada na página do *Greenpeace* na *internet*. Essa ação foi destacada em nossa pesquisa pela simplicidade do objeto utilizado para subverter a logo da *Esso*<sup>11</sup>. Segundo o que consta no site, a interferência ocorreu no dia 25 de outubro de 2002, em Wasserbillig Luxembourg – fronteira com Alemanha.

<sup>11</sup> A Exxon Mobil Corporation é a maior empresa privada de petróleo e petroquímica do mundo, presente em cerca de duzentos países e territórios. O Grupo ExxonMobil Brasil é representado pela Esso Exploração Santos Brasileira, ExxonMobil Química e ExxonMobil Business Support Center Brasil. Fonte: <[http://www.esso.com/Brazil-Portuguese/PA/BR\\_HomePage.asp](http://www.esso.com/Brazil-Portuguese/PA/BR_HomePage.asp)>. Acesso em: 20 jan. 2009.

“Enquanto os marxistas focavam sua atenção nos espaços das fábricas os situacionistas se interessavam pelo espaço urbano, ou seja, pelo espaço das cidades e nas relações sociais concretas” (MESQUITA, 2008), o que conduz à transformação da vida cotidiana. No espaço urbano os situacionistas realizavam suas experiências, seja através do *détournement*, da deriva ou da *psicogeografia*<sup>12</sup>.

No segundo caso, temos o uso do *stencil*<sup>13</sup>. Segundo as informações contidas no *site* que divulga interferências urbanas de diversas modalidades, esse foi um alerta sobre a guerra do Iraque e os problemas referentes ao asilo político de criminosos de guerra na Austrália.

**Figura 2**



Fonte: <<http://weburbanist.com/2007/10/08/culture-jamming-political-commercial-and-social-signs-of-our-times>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

De alguma maneira as ações de sabotagem fazem parte do que Negri define como um tipo de antipoder. “Antes, porém, vamos reforçar a diferença entre biopoder e biopolítica. Denomina-se ‘biopoder’ identificando, no caso, as grandes estruturas e funções do poder”, assim, “fala-se em contexto biopolítico ou de ‘biopolítica’ quando,

<sup>12</sup> Não foi possível encontrar alguma obra que definisse de maneira mais precisa o que significa a *psicogeografia*, mas a partir da leitura da dissertação do André Mesquita, podemos tratar a referida prática como um tipo de vadiagem que se dá de modo espontâneo. As rotas não são traçadas previamente e não se segue um itinerário turístico, pelo contrário, a cidade é descoberta durante a caminhada feita.

<sup>13</sup> Técnica que projeta imagens simples e mais elaboradas, com uma ou várias cores, sobre um molde que traz o desenho. Ela é utilizada pelo ganho de velocidade nas ações e pela precisão dos desenhos. Os moldes variam muito, desde papéis resistentes, plásticos, filme de radiografia e até madeira.

pelo contrário, se alude a espaços nos quais se desenvolvem relações, lutas e produções de poder” (NEGRI, 2003).

Nesse contexto, “ao ‘antipoder’ que desestrutura deve corresponder também um ‘antigoverno’ que *desestabiliza*” (NEGRI, 2003).

A noção de antipoder e antigoverno parecem condizer com as ideias situacionistas que instigaram os movimentos ecológicos e antiautomobilísticos, principalmente pela influência que tiveram no anarquismo dos *Provos*<sup>14</sup>, que primavam pela criatividade em ações, como a de deixar bicicletas brancas comunitárias espalhadas pela cidade de Amsterdã. Eles também publicaram textos antitabagistas e de crítica à propriedade privada que o automóvel simbolizava, por meio da revista chamada *Provo*, estimulando “a ação direta e a rebeldia” (MESQUITA, 2008). Por isso:

Acreditar no mundo é o que mais nos falta; nós perdemos completamente o mundo, nos desapossaram dele. Acreditar no mundo significa principalmente suscitar acontecimentos, mesmo pequenos, que escapem ao controle, ou engendrar novos espaços-tempos, mesmo de superfície ou volumes reduzidos (DELEUZE, 1992).

A *culture jamming* abrange múltiplas intervenções de combate midiático, que vai do *adbusting*<sup>15</sup> ao *graffite*. Tanto que, dependendo do olhar que se tenha sobre a *culture jamming*, segundo os relatos desses ativistas, disponíveis nos *sites* sobre o tema na *internet* e através das entrevistas com ativistas, feitas por Mesquita (2008); até as ações dos *hackers* (aqueles que utilizam o seu conhecimento para melhorar *softwares* de forma ilegal) se enquadram na *culture jamming*. Alguns preferem chamar de *hacktivism* (ativismo efetivado por *hackers* através de computadores). Existem raízes da *culture jamming* até nas fotomontagens antifascistas de John Heartfield (Helmut Herzfelde é o seu verdadeiro nome).

---

<sup>14</sup> Roel Van Duyn, um dos criadores do grupo, instalou-se em Amsterdã em 1964, “onde entrou em contato com um grupo de artistas que, desde 1960, procuravam novas formas de comunicação na tentativa de implicar seus cidadãos em novas formas de intervenção na vida pública e social” (COHN, Sérgio e PIMENTA, Heyk, 2008). “É incontestável que os *provos* demonstraram grande imaginação. Ainda que suas manifestações inicialmente se dirigissem contra o poder público, passaram rapidamente a apresentar também soluções práticas a problemas concretos. Quando a reação inicial da polícia foi confiscar as primeiras bicicletas brancas colocadas à disposição da população, isso só serviu para convencer os contestadores de que a autoridade política só conseguia se exprimir através da repressão” (COHN, Sérgio e PIMENTA, Heyk, 2008).

<sup>15</sup> *Adbusting* é uma ação feita sobre algum tipo de propaganda, mudando o conceito original da mensagem publicitária, muito comuns em *outdoors*, segundo a Naomi Klein (2002)

Figura 3



Fonte: <<http://shuperlocodesign.wordpress.com/2008/10/04/d-a-d-a-i-s-m-o-john-heartfield-max-grosz-man-ray/>>. Acesso em: 25 abr. 2010.

O responsável pela difusão da expressão *culture jamming*, principalmente no meio acadêmico, foi Mark Dery, admitido pelos adeptos da *culture jamming*, nas mais variadas formas, como o responsável pela criação desse tipo de ação.

Abrimos um parêntese para alertar que, apesar de existirem artistas envolvidos nas práticas da *culture jamming*, como é o caso do Jorge R. Gerada, os produtos das ações de *jammers* são diferentes daquilo que é chamado de arte. Não existe uma intencionalidade que visa produzir arte, o intuito é político mesmo, segundo os relatos desses ativistas entrevistados por Klein (2002). Aproveitamos a ressalva, para reforçar que a ação dos *jammers* não se enquadra nas práticas de vandalismo comum, que só procura a destruição sem propósito; o que não significa que os ativistas não se utilizem do vandalismo para realizar suas interferências, pelos menos assim eles declaram nos seus sites e em entrevistas feitas pela jornalista Naomi Klein<sup>16</sup>.

As estratégias de coletivos como o *Billboard Liberation Front* são difundidas por meio de seus textos publicados na *internet*. É o caso das ações de microresistência, no

<sup>16</sup> Fonte: <<http://www.markdery.com/books.html>>. Acesso em: 05 jul. 2009. Site que possui uma gama variada de artigos e textos relacionados ao ativismo anticonsumo, ao *jamming* em geral.

que diz respeito aos ataques a painéis publicitários em várias partes do planeta. Os seus alvos também variam muito, não ficam restritos a uma única corporação; até para que não se entre na disputa de mercado das empresas, o que seria um erro grave na condução de suas ações, pois, ao atacar uma empresa X, poderia culminar em lucro de outra empresa (Y), o que não seria interessante para os ativistas.

Para a autora da tese de doutorado, *Caçadores de símbolos: Culture jamming, a publicidade e seu duplo*, Valéria Ravier (2005), esse coletivo de ação direta experimenta um tipo de resistência cultural.

O que as empresas tentam esconder, os *jammers* tentam mostrar, associando os elementos do *graffite* com a filosofia *punk*, para, como descreve Klein, deixar mensagens subversivas ao estilo – “jamais trabalhe”. Assim, eles atuam com a perspectiva de que se expressam livremente por meio de paródias corrosivas que atacam os anúncios corporativos. Eles se consideram pessoas em pleno exercício da liberdade de expressão.

Todavia, as empresas atacadas tratam os *jammers* como um “corpo de vigilantes censores” (Klein, 2002), o que não impede que os publicitários incorporem as técnicas do *jamming* em suas propagandas, com o intuito de eliminar a referida resistência; o que também se converte em lucratividade, como foi o caso do refrigerante *Sprite* na campanha “imagem não é nada” e da *Nike* com seus *slogans*: “Não sou/um mercado alvo/sou um atleta” (Klein, 2002). Essa estratégia não-linear de publicidade, que se constitui através da ironia, para Klein, funciona de tal modo que, em algumas propagandas os marqueteiros brincam com a ideia de que a publicidade manda mensagens subliminares, o que aumenta ainda mais as suas vendas.

Mas nem sempre a incorporação das técnicas da *culture jamming* funciona como o previsto, pois, quando o *branding* é mal planejado, como na utilização dos banheiros públicos para anunciar as marcas de empresas, essa artimanha só conseguiu fomentar o aumento da militância e da ação direta anticorporativa. Existe de fato grande exagero nas práticas de persuasão como, por exemplo, a tentativa de cooptação de um ativista *antinike* chamado Nader. Em certa ocasião ele foi convidado

para fazer um anúncio no qual falaria mal da *Nike*, mas dessa vez seria pago pela própria *Nike*, empresa contra a qual lutou por anos.

Segundo Deleuze, “o essencial são os intercessores. A criação são os intercessores. Sem eles não há obra” (DELEUZE, 1992). A *culture jamming* trabalha essencialmente com isso, a criação - manipulando elementos tanto da publicidade quanto de algumas modalidades artísticas, como é o caso do *stencil*.

**Figura 4**



Fonte: <<http://weburbanist.com/2007/07/19/banksy-paradox-unofficial-guide-to-the-worlds-most-infamous-urban-guerrilla-street-artist/>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

Além da imagem de um mendigo, que já causa grande impacto, tem-se a frase: *keep your coins, I WANT CHANGE*. Que pode ser traduzida como: *mantenha suas moedas, EU QUERO MUDANÇA*.

Essa intervenção foi feita por Banksy, que é famoso entre os ativistas da *culture jamming*. Sua fama é propagada através das fotografias das suas interferências postadas na *internet*. Suas obras são reconhecidas tanto pelo peso das críticas político-sociais e da ousadia, quanto pela qualidade impressionante das imagens criadas. Esse ativista em muitos nichos de intervenção urbana é considerado um artista. Para Mesquita (2008) existe a arte política que representa uma espécie de oposição enquanto a arte ativista produz momentos de resistência.

De alguma maneira, segundo Mesquita (2008), poderíamos dizer que Maio de 1968 foi um desses momentos ou um evento, inspirado pela Internacional Situacionista de Debord que buscava construir situações. Algumas dessas situações eram experiências artísticas, intervenções de grupos como os *Diggers*<sup>17</sup> e *Provos* ou as derivas situacionistas; tudo que fizesse parte da contracultura efetivada por artistas e ativistas que combinavam arte e ativismo de modo criativo. O novo artista que se formava nesse nicho de resistência era alguém que protestava, e o protesto é uma ação que depende minimamente de mediação. Enfim, a arte politizada que se desenvolvera não dependia dos espaços dos museus e pretendia ocupar ludicamente o cenário urbano, como fazem os atuais *jammers*.

#### 4.2 – A revista *Adbusters*

Inicialmente devemos justificar o uso do termo *adbusters* que na tradução literal do inglês significa algo como caça-anúncios ou como a Valéria Javier (2005) chama, de caçadores de símbolos, em sua tese de doutorado. Na prática os *adbusters* também são *jammers*, pois estão inseridos no coletivo anticonsumo que possui intervenções diversificadas, como já mencionamos anteriormente. Mas no caso específico dos *adbusters*, possuem uma fundação de meios de comunicação que é responsável pela confecção da revista que é denominada *Adbusters*<sup>18</sup>. Além da revista eles possuem um *site* de publicidade defensiva (publicidade que tenta influenciar a opinião pública sobre questões políticas e sociais) intitulado *PowerShift*. A criação desse coletivo é atribuída à Kalle Lasn e Bill Shmalz, em 1989.

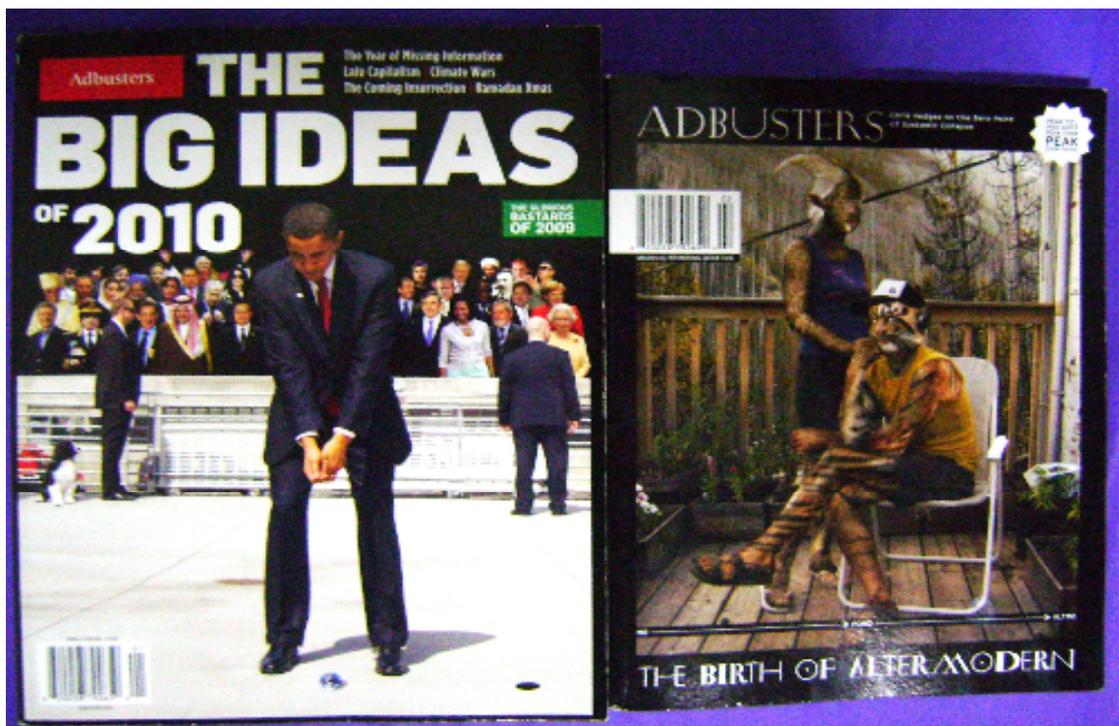
<sup>17</sup> “Quando a cena hippie cresceu em São Francisco, vários grupos se separaram. Uma da Trupe de Mímica, um grupo de teatro radical socialista de influência brechtiana, se sentiu mais atraída pela comunidade que se formava em torno da esquina das ruas Haight e Ashbury do que pelos radicais da universidade de Berkeley e saíram para formar os Diggers. Eles adotaram o nome Diggers (cavadores) depois que Gerard Winstanley, William Everard e cerca de 100 companheiros radicais tomaram as terras comuns de Saint George’s Hill, num protesto contra o alto preço da comida na Inglaterra, em 1949”.

“Os Diggers originais eram chamados assim porque todo amanhecer estavam lá enterrando seus mortos”. (COHN, Sérgio e PIMENTA, Heyk, 2008).

<sup>18</sup> A revista *Adbusters* possui seu registro, nos órgãos oficiais, como uma fundação sem fins lucrativos (ISSN 0847-9097). Ela traz como conteúdo, diversos artigos, bem como, os comentários de ativistas sobre os mais diversos temas. Um dos temas recorrentes nas discussões da revista, diz respeito à monopolização dos meios de comunicação. Segundo os *jammers* da revista *Adbusters*, as suas ações anticonsumo se caracterizam como um tipo de resistência cultural. Disponível em: <<https://www.adbusters.org/>>. Acesso em: 10/01/2010.

Segundo informações disponíveis no *site* da revista *Adbusters*, ela está sediada em Vancouver, Canadá, e possui tiragem de mais de 120.000 exemplares, com periodicidade bimestral, que são divulgados e vendidos pela *internet*. Já a sua entrega é feita por meio do serviço dos correios. A revista é mantida por leitores distribuídos ao longo de 60 países. Existem outras organizações que também produzem revistas alternativas, programas de rádio e de televisão, colaborando com a revista *Adbusters*. Os editores da revista se declaram membros de um coletivo global formado por uma rede composta por artistas, escritores, ativistas, empresários, educadores e estudantes que buscam criar um novo movimento engajado socialmente, mas com o diferencial de ser um movimento de anticonsumo – próprio da era da informação.

**Figura 5**



Fotos das capas da revista *Adbusters* - primeira e segunda edição de 2010 respectivamente.

As intervenções publicadas na *Adbusters* estendem-se aos anúncios de qualquer marca (*Calvin Klein*, *MacDonald's*, *Camel*, *Volkswagen* e *Absolut Vodka*) que considerem prejudicial ao consumo justo. Nessa esteira, Klein (2002) afirma que as piratarias culturais mais elaboradas não se restringem às paródias específicas de anúncios. Segundo a autora, o que se efetiva nessas ações de pirataria cultural são as

contramensagens, que invadem os meios de comunicação com o objetivo de propagar uma mensagem que subverta a original.

Estrategicamente Kalle Lasn, como no caso de outros ativistas mencionados anteriormente, também define as ações dos *adbusters* tendo como referência a arte marcial *jiu-jitsu* (mas uma vez encontramos um ativista usando essa luta como metáfora), pois essa tática ajuda a compreender o que é praticado por eles, quando se leva em consideração a lógica das operações de ataque à propaganda das empresas utilizando contra elas suas próprias armas.

O uso da tática *jiu-jitsu* na pirataria cultural não se reduz à simples inversão das mensagens publicitárias, quando se leva em conta a fala de piratas culturais, presente no livro *Sem Logo* de Klein, que preferem na verdade revelar o que escondem as campanhas publicitárias. Para esses ativistas, por trás dos discursos sedutores de campanhas de *marketing* sempre existe algo a ser revelado. Eles buscam questionar as estruturas de poder, saindo da condição de meros espectadores. Dessa forma, almejam uma mudança radical no modo como se viverá no decorrer do século XXI.

Essa ação de contrapublicidade (simplesmente de resposta ou ataque à publicidade comercial) surgiu do contato entre vários coletivos anárquicos<sup>19</sup> que, segundo Klein (2002), possuem como adeptos, múltiplos coletivos e artistas que também agem individualmente. Os adeptos atacam de várias formas, tanto por meio de *fanzines* quanto por páginas criadas na *internet*, não descartando o uso de rádios piratas e vídeos subversivos.

Merece destaque, a possibilidade de influências situacionistas nas produções atuais de ativistas, como a revista *Adbusters*. Pois a publicação de uma revista anticonsumo que faz paródias de anúncios já existiu no passado, não é algo tão novo quanto possa parecer inicialmente. De acordo com Mesquita (2008), o grupo canadense *neo-Dadá General Idea*, era responsável pela criação da revista *File*. Esse grupo ganhou fama com instalações artísticas e interferências que abordavam o

---

<sup>19</sup> Segundo o site dos *Adbusters* existe afinidade entre eles e organizações como: L'association Résistance à l'Aggression Publicitaire na França, *Adbusters Norge*, na Noruega, *Adbusters Sverige*, na Suécia; e, *Culture Jammers* no Japão. Disponível em: <<https://www.adbusters.org/>>. Acesso em: 10/01/2010.

problema da AIDS, nos anos 80, bem como das questões relativas à causa gay. AA Bronson, Jorge Zontal e Felix Partz parodiavam a revista de fotojornalismo norte-americana *Life*. Na revista *File* debochavam da cultura do consumo, não escapando de suas críticas nem mesmo a indústria da arte. Mesquita evidencia, em sua dissertação, que a revista *File* antecipou a linguagem dos *fanzines punk* e *queer*<sup>20</sup> no final dos anos 70 e 80.

Entretanto, a produção teórica da Internacional Situacionista, para Mesquita (2008) não se restringe à revista *File*, pois o livro *A sociedade do espetáculo* publicado por Debord em 1967, figura como importante produção situacionista. Ele cita em sua obra, trechos alterados dos textos de Thomas De Quincey e Marx, mesmo não considerando o situacionismo um movimento político. Por fim, existiam publicações de panfletos e manifestos no jornal *Internationale Situationniste*.

Lasn<sup>21</sup> analisa alguns dos motivos para a publicidade ter um forte efeito sobre o público. Para tal, apresenta dados sobre o volume de dinheiro aplicado pela indústria mundial na publicidade. Uma soma que chega a cifra de 450 bilhões de dólares por ano, o que para ele, evidencia quão poderosa é a publicidade, que funciona como um experimento psicológico jamais exercido sobre a humanidade em qualquer época.

Ainda nessa perspectiva, Lasn afirma que 40.000 comerciais de televisão são assistidos por todos nós a cada ano, o que nas palavras dele, torna impossível que ignoremos o poder e influência desse veículo midiático (informação que não pudemos confirmar com outra fonte). Ele ainda acrescenta que esse poder se expressa em milhares de mensagens de *marketing* que recebemos sem o nosso consentimento. Mesmo que sejam os pequenos logotipos estampados em nossas camisetas, ou aqueles que surgem como bolhas (*pop-ups*) na frente de nossos rostos, enquanto

---

<sup>20</sup> A Queer Art ou Homo Art é um movimento artístico não oficializado, que ganhou força nos Estados Unidos e na Europa a partir da década de 1980. Suas criações abordam, de forma direta ou indireta, questões relacionadas à homossexualidade, com ligações à arte erótica, à arte conceitual e à arte contextual. Disponível em: <<http://www.queer-arts.org/>>. Acesso em: 05/05/2010.

<sup>21</sup> Kalle Lasn, o criador da *Adbusters*, concedeu uma entrevista em Maio de 2005 à jornalista Kymberlie Adams Matthews da revista *Satya*. Dessa entrevista publicada na *internet* retiramos alguns temas recorrentes nos discursos sobre a *culture jamming*. Esses temas servem apenas de complemento às discussões apresentadas aqui. Vale mencionar que as informações divulgadas por Lasn não foram confirmadas, mas que a Klein (2002) apresenta números em tabelas que foram levantados de maneira mais segura. Fonte: <<http://www.satyamag.com/may05/lasn.html>>. Acesso em: 20 jun. 2009.

navegamos na *internet*, todos esses meios são usados de forma excessiva pelas empresas.

**Figura 6**



Foto cedida pela *Adbusters* para publicação juntamente com a entrevista na revista eletrônica *Satya*. Fonte: <<http://www.satyamag.com/may05/lasn.html>>. Acesso em: 20 jun. 2009.

Por esse motivo, Lasn chama a nossa atenção para o risco de estarmos vivendo em ambientes visualmente tão poluídos por imagens publicitárias. Para ele, a nossa mente é afetada com essa saturação de informações comerciais de tal modo que, existem mães que acompanham a dieta mental dos seus filhos, da mesma maneira que acompanham o desenvolvimento físico, e isso nos conduz a idéia fatalista de que ninguém seja capaz de escapar das mensagens comerciais.

#### **4.3 – O objetivo dos *adbusters***

Sobre o objetivo que teriam os *adbusters* com as suas intervenções, Lasn declara que eles não foram capazes, ainda, de chegar às emissoras de televisão. Na verdade eles vinculam suas campanhas na TV, mas sem o espaço que desejam, e esse seria um dos objetivos primários deles. Segundo Lasn, esses ativistas, os *adbusters*, conseguem de 15 a 30 segundos de tempo nas TVs, o que não é suficiente para as metas do grupo, pois ao seu modo de ver, os cidadãos deveriam ter o direito às

mesmas condições de compra de espaço na TV que possuem as grandes empresas, ou seja, sem diferenciação.

As empresas devem agradar os seus verdadeiros clientes (as empresas), que são os patrocinadores dos programas, por isso, para Lasn, isso não permite que os *jammers* insiram mensagens bombásticas contra o consumo excessivo. Além disso, prossegue Lasn, dizendo que se explicarem ao público geral sobre como certos produtos são ruins para o futuro das próximas gerações, por produzirem alterações climáticas e prejudicarem a saúde da população com o excesso de gordura, por exemplo, as emissoras não nos venderão espaço na televisão. Finalmente, ele diz que essa postura das emissoras se dá pelo fato de que elas são incapazes de comprar o que eles oferecem, pois, os *adbusters* vendem ideias, mas elas só creem na venda de produtos.

Os *adbusters* divulgam em seu *site* e em suas entrevistas a informação de que são responsáveis por mover várias ações judiciais contra empresas como a *Fox* e a *MTV* (informação que não conseguimos comprovar), e no Canadá uma grande ação tentando garantir espaço na TV para os *jammers*. Esse processo tem como alvos, as seis principais emissoras canadenses. Os *adbusters* alegam no processo judicial, que o direito à liberdade de expressão está sendo violado, com a recusa, por parte das emissoras, em vincular os vídeos de *adbusters*.

**Figura 7**



Fonte: <<http://michaelgreenwell.wordpress.com/2007/09/09/>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

Comparativamente a intervenção acima é radicalmente simples por apresentar o que há de mais barato para a execução da intervenção – um *spray* de tinta preta. É evidente que aqui podemos demarcar mais uma vez a diferença entre o vandalismo comum e a interferência *jammers*, quando observamos o tipo de planejamento exigido antes do “ataque”; caso contrário, não seria possível subverter totalmente um *slogan* publicitário do modo como foi feito.

A frase original, “não há nada como um verdadeiro trinitron TV<sup>22</sup>”, foi transformada na mensagem “não há nada de real na TV<sup>23</sup>” (Tradução livre). Além de desfigurar o anúncio da *Sony*, ainda emitem uma mensagem de ataque contundente a qualquer informação proveniente da mídia.

Nessa perspectiva de ação direta, pode-se dizer que:

Com um simulacro, evidentemente, precisa-se atuar contra as próprias características, simular melhor do que ele e tomar de surpresa, a despeito da simulação, que para ele se limita à do cálculo, enquanto, para o homem, é uma potência irônica (BAUDRILLARD, 2002).

#### 4.4 – As Campanhas

Quando questionado sobre as campanhas dos *adbusters* que mais tiveram repercussão, e quais são as suas favoritas, Lasn responde que dentre as maiores e mais bem sucedidas campanhas de *marketing* social, existe o dia em que nada se compra que foi, segundo eles anunciam na revista e *site* da *Adbuster*, o maior ato anticonsumo construído por eles. Principalmente, segundo Lasn, porque essa intervenção ataca o maior dia de compras do ano, um dia após o dia de Ação de Graças.

A primeira ação desse tipo ocorreu em 1992, partindo de uma conversa entre um pequeno grupo de pessoas, que cresceu rapidamente, até que em 1995 se alastrasse pela América do Norte. Através da *internet* um ato aparentemente inofensivo e local, que é similar a uma brincadeira, propaga-se feito vírus em escala global. O que permite a difusão rápida das campanhas anticonsumo.

---

<sup>22</sup> There's nothing like a real trinitron tv.

<sup>23</sup> There's nothing real on tv.

Segundo Lasn, o dia sem compras (*Buy Nothing Day*) já é comemorado em até 65 países, o que pode representar uma mudança de hábito para milhões de pessoas que resolvem não aderir à cultura do consumismo desenfreado.

Outra questão interessante nas ideias de Lasn está no discurso apartidário<sup>24</sup> presente no movimento. Ele não se apresenta como esquerda nem direita, pois, para ele, o grupo dialoga, sem problemas, com coletivos que vão de fundamentalistas cristãos a adeptos do *punk rock*, pelo menos quando esses grupos tão distintos em suas ideologias convergem suas críticas em torno das ideias contrárias à cultura do consumo. Assim, grupos tão heterogêneos comemoram o *Buy Nothing Day*, evidentemente que suas maneiras de comemorar a data também são diferentes, o que não representa para eles qualquer problema.

Algumas pessoas, por conta própria e sem seguir a diretriz de qualquer grupo, preferem ficar um dia inteiro sem fazer compras para ver como se sentem; o que, pelo relato de Lasn, é algo muito difícil de praticar; por mais que 24 horas pareçam poucas horas sem consumo. Essa experiência, segundo Lasn, é pessoal, mas possui a intenção de nos ensinar alguma coisa. Já os grupos que praticam os *pranks*<sup>25</sup> preferem comemorar o dia fazendo travessuras, ou o que conhecemos aqui no Brasil como trotes; o que para o entrevistado faz fronteira com a desobediência civil.

Interessa-nos investigar um pouco mais sobre essa maneira dupla no exercício do antipoder. Segundo Negri, a eficácia do antipoder reside na possibilidade dessa modalidade de resistência em certos casos operar o desmantelamento e a sabotagem de parte da estrutura social do poder vigente sob a forma de governo. Nesse caso, a próxima imagem ilustra mais uma modalidade de sabotagem executada contra certos símbolos do consumo excessivo.

---

<sup>24</sup> Esse apartidarismo pode ser compreendido como uma preferência, por parte dos *jammers*, em não aderir aos partidos políticos. Com o intuito de não se fecharem, seguindo uma única vertente política ou ideológica.

<sup>25</sup> “Trote” seria uma tradução aproximada para o termo *prank*. Nesse tipo de interferência, artistas inserem notícias falsas nos meios de comunicação. Eles também produzem sites que parodiam grandes empresas. Como exemplo, o *site* da Organização Mundial do Comércio criado pelo grupo, que pode ser visto em: <<http://www.gatt.org>>. Acesso em: 28 out. 2009. Eles já chegaram a ser convidados para participar de palestras em universidades e de entrevistas na televisão, onde se passaram por autoridades de organizações internacionais. Outros exemplos de *pranks* podem ser vistos no site: <<http://www.nyike.com/funny-office-pranks/>>. Acesso em: 28 out. 2009.

**Figura 8**



Fonte: <<http://weburbanist.com/2007/10/08/culture-jamming-political-commercial-and-social-signs-of-our-times/>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

A mensagem “Santa dá mais para crianças ricas do que às crianças pobres” foi anunciada num *outdoor* pago. O termo “Santa” é a abreviação do nome Santa Claus que para nós brasileiros corresponde a abreviar o nome Papai Noel para Noel. Essa modalidade de interferência não é incomum entre os que são adeptos da *culture jamming*. Em certos casos eles tentam comprar espaços para sua publicidade de ataque às corporações e à vida de consumo exacerbado.

**Figura 9**



Fonte: <<http://weburbanist.com/2007/10/08/culture-jamming-political-commercial-and-social-signs-of-our-times/>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

No caso desse *outdoor* que fazia o anúncio do filme *Resident Evil: Apocalypse*, só houve uma alteração que por sinal foi elaborada graficamente de maneira sofisticada. Os ativistas adicionaram apenas uma letra à mensagem tomando o cuidado de respeitar as cores e os demais efeitos gráficos no restante da propaganda, que culminou numa mensagem de ataque ao presidente (provavelmente o George W. Bush). A mensagem subvertida tornou-se: *PResident Evil: Apocalypse*.

São comuns na *culture jamming* as intervenções que mantêm a linguagem visual original anunciada, como no caso acima, onde os painéis de publicidade, a primeira vista parecem se confundir com a mensagem original da empresa.

Para Bauman, a possibilidade do sistema de controle monitorar toda informação é nula, pelo menos depois que a mesma foi liberada. Segundo o autor, no ciberespaço, os controladores humanos não participam efetivamente do monitoramento. Depois de emitida, a informação propaga e se multiplica como se fosse um ser com vontade própria, ela se movimenta. Assim, “os direitos de propriedade e reivindicações autorais perdem muito do seu sentido” (BAUMAN, 1998), e o homem no máximo observa parte do processo se desenrolar sem que possa fazer muita coisa, por esse motivo “a pesquisa sobre os ‘universais da comunicação’ tem razões de sobra para nos dar arrepios” (DELEUZE, 1992).

É verdade que, mesmo antes das sociedades de controle terem efetivamente se organizado, as formas de delinquência ou de resistência (dois casos distintos) também aparecem. Por exemplo, a pirataria ou o vírus de computador, que substituirão as greves e o que no século XIX se chama de “sabotagem” (o tamanco – *sabot* – emperrando a máquina) (DELEUZE, 1992).

Para Lasn, deveríamos não sentir tanto medo de experimentar novas possibilidades de criar um mundo mais viável para todos, pois, os novos conservadores por não terem medo, conseguem exercer seu poder pelo planeta e avançam na ocupação dos espaços. Esses novos agentes do poder corporativo não possuem escrúpulos ou qualquer tipo de freio, como o medo, que os impediriam de machucar ou incomodar as pessoas, segundo Lasn, eles não se sentem constrangidos em fazer piadas sobre nós, os “estúpidos”.

O que seja a resistência o sabemos com certa precisão, uma vez que na vida cotidiana uma grande maioria de sujeitos sociais se encontra exercendo-a. Nas atividades produtivas, contra um patrão; nas atividades de reprodução social,

contra as autoridades que controlam e regulam a vida (na família, o paternalismo...); na comunicação social, contra os valores e os sistemas que fecham a experiência e a linguagem na repetição e os empurram para a ausência de sentido (NEGRI, 2003).

#### 4.5 – As pequenas travessuras

Kymerlie Adams<sup>26</sup> diz que poderia se divertir com as práticas mais simples de interferência *adbuster*. De maneira complementar ao comentário da jornalista, Lasn menciona alguns exemplos de uso para o controle remoto universal nas travessuras. De modo mais específico ele lembrou a jornalista que no dia anterior à entrevista, ele levou a sua sogra ao aeroporto e aproveitou para desligar os televisores que encontrou lá. Ele comenta, na entrevista, sobre como é incrível a reação que as pessoas tiveram quando ele fez essa travessura. Segundo seu relato, as pessoas no aeroporto ficavam confusas alguns segundos e logo depois baixavam a cabeça para começar a ler o jornal.

Quando perguntado, se as sabotagens culturais feitas pelo seu grupo poderiam ser consideradas um tipo de arte política. Lasn responde que não, pois, na verdade, a luta é para que os sistemas de informação, em especial a televisão, não continuem sendo utilizadas apenas pelas empresas. Enfim, segundo Lasn, o rádio, a televisão e as revistas devem ser públicos e cada vez menos comerciais, para que a população fale da maneira que achar melhor; que a população fale ao seu próprio modo.

Para ilustrar melhor esse tipo de ação, temos alguns eventos exemplares<sup>27</sup>, como o caso dos *hippies* que invadiram uma reunião do partido democrata, em 1968, para propor a candidatura à presidência da República de um porco chamado Pigasus. Num segundo caso espalharam pela imprensa a falsa informação de que os reservatórios de água na cidade receberiam grande quantidade de LSD (acrônimo de dietilamida do ácido lisérgico, que é uma das mais potentes substâncias alucinógenas conhecidas). Em outra oportunidade foram reunidas 70 mil pessoas numa manifestação, em Washington, para entoar mantras e meditar até que o prédio do

---

<sup>26</sup> A jornalista Kymerlie Adams Matthews entrevistou Kalle Lasn, o criador da *Adbusters*, em Maio de 2005 para a revista eletrônica *Satya*. Fonte: <<http://www.satyamag.com/may05/lasn.html>>. Acesso em: 20 jun. 2009.

<sup>27</sup> Exemplos citados nas entrevistas publicadas na obra *Maio de 68* (COHN, Sérgio e PIMENTA, Heyk, 2008).

pentágono levitasse. É evidente que o prédio alvo do trote nunca levitou, mas a mobilização foi muito forte e criativa.

Segundo Mesquita (2008), o embusteiro da mídia e *jammer* conceitual, Joey Skaggs, espalha boatos e divulga eventos absurdos na mídia desde 1960. Por isso, além da *culture jamming* com as suas táticas de intervenção em *outdoors* publicitários, também existe a veiculação de *pranks* (trotos) midiáticos na imprensa por parte dos *jammers*, que dirigem as suas críticas para as questões do consumo desenfreado; e tudo que possa envolver o ataque à imagem das grandes corporações, o que coloca esses ativistas na condição em que os próprios se assumem como sabotadores culturais. Dentro desse universo de travessuras, para Mesquita, os trotes são produzidos para bagunçar a política oficial e obter o máximo de atenção da mídia.

**Figura 10**



Fonte: <<http://weburbanist.com/2007/10/08/culture-jamming-political-commercial-and-social-signs-of-our-times/>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

“Plants and animals disappear to make way for your fat arse”, (Plantas e animais desaparecem para abrir caminho para sua bunda gorda), é a mensagem divulgada por ambientalistas anticonsumo, que utilizaram duas técnicas combinadas. Na primeira realizaram uma colagem do texto previamente impresso sobre um anúncio que ocupava o *outdoor*, e na segunda eles riscaram o endereço eletrônico de quem ocupava o espaço, para publicarem o seu próprio site.

Nos discursos de Lasn, fica evidente a inclinação para as causas ecológicas, principalmente quando ele comenta sobre os ecossistemas que começam a falhar por causa dos excessos do homem. Espécies importantes para o equilíbrio da vida na terra são eliminadas e os lençóis freáticos são contaminados, o que para ele e muito ativistas ambientais, nos conduzem a um estado crítico. O que está ameaçado, segundo Lasn, é o futuro da humanidade, pois as futuras gerações sofreriam ainda mais do que a atual, por mais que alguns dirigentes corporativos digam que: “Não existe tanta angústia, é apenas consumismo desenfreado<sup>28</sup>”.

E em nome dessa luta que não deixa de ser por questões ecológicas, convergem e rivalizam práticas no mínimo interessantes, que vão deste à criação de uma revista subversiva até a utilização do vandalismo mais radical. De algum modo, os trotes, as campanhas anticonsumo, as pichações e todo tipo imaginável de interferências culturais no espaço urbano constituem um complexo mosaico e ações tanto artísticas quanto políticas. Pelo menos, é o que pensamos a partir das imagens recolhidas na investigação e apresentadas nesta pesquisa. As imagens mostram parte do tipo de trabalho criado por esses ativistas, bem como, evidencia a variedade de métodos para tal prática.

Não obstante, as falas dos ativistas desde o situacionismo até os atuais *jammers*, em seus relatos divulgados pela *internet* e nas entrevistas publicadas pela Naomi Klein, André de Mesquita e Sérgio Cohn, colaboram para a investigação do objeto desta pesquisa. As publicações distintas e falas heterogêneas sobre a *culture jamming* na verdade traçam uma pequena cartografia dessa nova resistência.

---

<sup>28</sup> CEO da MTV Tom Freston, descrevendo o conteúdo da MTV indiana, jul. de 1997 (KLEIN, 2002).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se “a verdade de um texto nunca permanece ‘fixa’, mas modifica suas sugestões em relação à mudança das sensibilidades dos diferentes observadores e das condições histórico-culturais” (Canevacci, 2005), o que nos resta é a tarefa de dar um melhor acabamento aos pontos menos evidentes desta pesquisa, sem uma preocupação desmedida de atingir qualquer pretensa verdade absoluta.

Nosso percurso levou em conta os 10 milhões de trabalhadores em greve que ocuparam fábricas, bem como, os estudantes que invadiam e paralisavam aulas em Nanterre, na França em 1968. E o referido evento foi um dos desdobramentos do situacionismo que surgira anos antes, ou seja, os grupos que agitaram política e artisticamente a França de 1968 se inspiraram na Internacional Situacionista, como definiu Mesquita (2008). Interessou-nos mencionar esse período porque foi nele que o capitalismo desenvolveu de maneira eficaz a capacidade de se apoderar dos homens por dentro, principalmente quando esse controle ocorre através da publicidade, como expuseram Deleuze e Guattari.

Essa *paisagem*, no sentido propriamente deleuzeano, colaborou na compreensão do objeto que ficou circunscrito interferências dos *jammers*. O contexto descrito acima reforçou a análise das informações obtidas através da Klein (2002). Importantes relatos tanto sobre a complexa rede global de marcas quanto sobre a atividade de grupos subversivos *antimarketing*. O que efetivamente ajudou na delimitação do objeto a ser investigado nesta pesquisa. Não obstante, também procuramos traçar um tipo de cartografia ou microanálise que figurou como o método mais adequado à natureza da pesquisa, que possui seu principal objeto distante geograficamente. Evidentemente que essa é a justificativa para o uso da *internet* como fonte de informações sobre as interferências da *culture jamming*, bem como foi o meio pelo qual o contato com os *adbusters* foi estabelecido. De modo indireto Mesquita (2008) e Klein (2002) puderam fornecer as entrevistas feitas com os ativistas, fundamentais para direcionar as análises sobre as imagens e informações, por vezes vagas, sobre as intervenções urbanas desse segmento da resistência.

Essa perspectiva de pesquisa levou necessariamente à investigação teórica que fundamentou a análise da nova resistência ao também novo controle. E sobre a segunda novidade podemos dizer que existe uma modalidade de controle que é exercida externamente e outra internamente, e a segunda modalidade nos interessou especialmente. Na primeira, os meios de vigilância são ostensivos e opera-se a repressão dos vigiados. Vale ponderar que utilizamos a definição de controle relacionada ao governo das populações e aos dispositivos que regulam a vida; e falar em governo implica falar em poder que é exercido com o interesse principal de explorar a força de trabalho, os corpos, corações e mentes de uma coletividade.

Para a exploração da mão de obra foram criadas novas formas de experimentar o poder, o que Guattari chamou de “nova droga”, referindo-se ao controle interno, à camisa-de-força química, dentre outros meios de controle internos. Não obstante, Deleuze (1992) escreveu sobre o monitoramento dos animais nas reservas ecológicas por meios de satélites e de coleiras eletrônicas, que substituiriam o confinamento e a repressão ostensiva. Nessa perspectiva a prisão dá lugar a outros meios para imobilizar e expulsar os indesejados estranhos. O que conduz à guerra por espaço no cenário urbano e lembra-nos dos espaços urbanos proibidos podem ser divididos em três tipos: espaço esquivo, espinhoso e nervoso. Nesse tipo de espaço a cidade vigiada e controlada.

A nova ordem mundial conduz a uma vida em que a mobilidade é tanto uma exigência quanto um sonho, e a liberdade do capital líquido e da informação não é necessariamente a nossa liberdade. O que nos leva à publicidade que vai do simulacro ao ilusionismo. Com o *branding* ocorre a semiotização publicitária, pois a era pós-industrial prima pela imaterialidade das mercadorias-visuais. Segundo Canevacci, nós participamos de uma espécie de jogo midiático próprio da cultura do consumo. Esse jogo é constituído de uma linguagem visual que seduz, conquistando a alma e os sentidos do espectador que também é *voyeur*. Nessa relação de forças a mídia apresenta um grande crescimento do seu poder ou da sua potência de ilusão que é capaz de esconder o real. O papel do publicitário muda de vendedor de coisas para o de “rei-filósofo” da cultura comercial como afirma Klein (2002).

Em se tratando de jogo midiático que nos seduz para o consumo excessivo, Baudrillard (2002) nos apresenta a verdade fractal, ou seja, frações da verdade que estariam no campo da probabilidade e diretamente relacionadas ao poder da publicidade de influenciar os consumidores. Todavia, nos bastidores dessa guerra de imagens também existem leis extremamente flexíveis, isenções fiscais e uma mão-de-obra barata, quase escrava. Enquanto ocorre a privatização dos espaços públicos o que está sendo traído é nada menos que as promessas centrais da era da informação: as promessas de opções, interatividade e maior liberdade, segundo Klein. Assim, se a guerra é deles, para nós só resta, a resistência e êxodo: “Será que já se pode apreender esboços dessas formas por vir, capazes de combater as alegrias do *marketing*?” (DELEUZE, 1992). Parece que a resposta é sim, pois, nesta pesquisa buscamos apreender uma dentre tantas formas de combater “as alegrias” do *marketing*, o que se efetiva com a *culture jamming*, pelo que apontou a investigação apresentada.

O consumidor é controlado através da renda, pois o sistema de assalariados trabalha com a falta de garantias de emprego, a incerteza colabora para o controle social, quando se considera que esses consumidores além de colecionadores de objetos são “acumuladores de sensações”, segundo Bauman (1998). Além disso, o consumidor está fadado a estar sempre em movimento numa sociedade que valoriza o agora, dando preferência ao esquecimento para se apropriar da cultura jovem.

Sobre o capítulo que aborda a resistência tivemos a intenção de delimitar a noção de resistência internalizada, pois, “mais aquém estão os devires que escapam ao controle, as minorias que não param de ressuscitar e de resistir” (DELEUZE, 1992). Nessa abordagem sobre a resistência também se levou em consideração os alvos dessa resistência: o controle corporativo e a publicidade.

Nesse viés, a nossa discussão sobre a resistência culminou na discussão sobre o uso do termo “intervenção urbana” como sendo literalmente uma interferência urbana, o que se aproxima da definição de *culture jamming*. Ao tratarmos dessa interferência e de seus ativistas no cenário urbano, também tratamos do uso e ocupação que damos ao espaço urbano, já que o controle se constitui pela vigilância e ocupação corporativa (privatização) do espaço urbano público. Enfim, para compor o cenário urbano e a sua

ocupação lançamos mão da noção de *flâneur* de Walter Benjamin, ou seja, tratamos das “vadiagens” pelo espaço urbano.

Ainda na discussão que se refere à formação da nova resistência, uma questão importante foi considerada, pois, existe o risco de que a pretensa resistência seja tão fascista quanto os governos e as corporações que em nome do lucro, dirigem e controlam o conjunto da sociedade. Segundo Guattari (1981), nem mesmo Marx e Freud ficam de fora dessa tendência, pois, também foram convertidos em guardiões da ordem estabelecida. Dessa maneira, exercer microfascismos é participar do jogo de repressão e controle; por isso Baudrillard afirma que a imaginação nunca esteve no poder, fazendo alusão ao lema ativista de Maio de 1968.

Outra perspectiva que não deve ser ignorada, diz respeito ao poder dos meios de comunicação de massa que podem criminalizar os movimentos sociais. Não esqueçamos que a guerra civil, definida por Negri e Hardt (2004), é em grande medida uma guerra simbólica. Nesse caso, quando Baudrillard (2002) escreve que a ditadura das imagens seria uma ditadura irônica, podemos ter na ação *jammer* elementos importantes para compreender o que ocorre na política contemporânea.

Deleuze (2002) escreve que criar não é um ato de comunicação, mas é um de resistência, então, talvez o ativismo semiótico seja uma das formas de resistir hoje. Uma resistência simbólica que nasce numa cultura de resistência e se utiliza de uma estética anticorporativa para suas interferências.

Essas interferências vão desde as colagens de áudios da banda *Negativeland* e da ação promovida através de rádios piratas, até as práticas que operem o que os ativistas chamam de tática *jiu-jitsu* da resistência simbólica. Essa inversão ou subversão dos símbolos comerciais das grandes corporações, como apresenta Klein, é o que basicamente foi feito durante uns 25 anos, pelos *jammers* inseridos num nicho anticonsumo, anticorporativo. Nicho constituído pela filosofia *punk* (faça você mesmo), *stencil*, *adbusting*, *graffite*, *internet*, ações dos *hackers* e fotomontagens antifascistas de John Heartfield.

Quando analisamos o contexto da *culture jamming* se torna inevitável resgatar a influência da Internacional Situacionista que procurava romper com a arte moderna

através do *détournement*. Por meio do desvio os situacionistas elaboravam novos significados que eram críticos e subversivos.

As ideias situacionistas instigaram os movimentos ecológicos e anti-automobilísticos, influenciando principalmente o anarquismo dos *Provos*, que merece nossa atenção especial, porque foi um grupo que também criou uma revista subversiva, intitulada *Provo*. Além da revista dos *provos*, a revista *File*, paródia da revista *Life*; e a revista *Adbusters* com divulgações de publicidade defensiva (*PowerShift*) merecem citação e destaque. Podemos resumir a ação dessas revistas como práticas de contrapublicidade. Enfim, a arte politizada que se desenvolvera não dependia dos espaços dos museus e pretendia ocupar ludicamente o cenário urbano, como fazem os atuais *jammers*.

As ações *antimarketing* dos *jammers* e os produtos dessas ações são diferentes do que se pode considerar como arte, pelo menos assim entendem os criadores desse movimento, em suas declarações. A prática dos *jammers* também não se enquadra nas práticas de vandalismo comum, que só procura a destruição sem propósito; mesmo assim, os *jammers* são considerados pelos dirigentes das empresas que atacam como vigilantes e censores.

Existe grande poder e influência dos veículos midiáticos, segundo as falas dos *adbusters*, que possuem o objetivo de chegar às emissoras de televisão, pois, segundo eles, a revista *Adbusters* vende idéias. Além da revista são organizadas campanhas de *marketing* social como o *Buy Nothing Day*, que foi o maior ato anticonsumo construído por eles. Os *pranks* ou travessuras também constituem esse cenário de campanhas anticonsumo, que poderia redundar no que os *adbusters* chamam de “consumo justo”.

Para Lasn há a possibilidade de existir um consumo mais justo, ou uma maneira de comprar que cause menos danos à Natureza. É uma espécie de mal menor, causado por quem consome, e isso, segundo os *jammers*, faz com que o consumo funcione melhor e de modo mais sensato.

Alguns ativistas preferem não ser radicais com relação à questão do consumo, pois temos, segundo eles, consumidores para essa cultura capitalista desde a Segunda Guerra; e desde essa época até os dias atuais só tem aumentado o consumo

desenfreado e a adesão de novos consumidores ao processo. Por esse motivo, Lasn defende que o movimento de retomada da cultura do consumo moderado não é algo simples, mas ainda existem dois modos de fazê-la: em um as pessoas levam uma vida radicalmente econômica, economizando até mesmo na água quente para fazer a barba; noutro, preferem evitar os grandes mercados para comprar em mercados menores da região onde elas residem, o que fortalece a economia local. Existem aqueles que cultivam suas hortas em casa, enquanto outros aderem ao bom consumo, por exemplo, comprando de empresas, na quais os donos se preocupam com questões sociais e ecológicas, punindo assim, os maus produtores e comerciantes. Na concepção de Lasn, todas são maneiras justas de agir, e fazem parte do jogo, ou como ele mesmo afirma, “*bit-a-bit*, cada pequeno ato faz a diferença<sup>29</sup>”.

Nesse contexto, Lasn e seu grupo decidiram que a comercialização também pode ser uma maneira de melhorar o mundo, assim lançaram o logotipo de um tênis fabricado em Portugal. Esse tênis é produzido, segundo eles, numa fábrica que atende aos princípios legais e se preocupa com a qualidade de vida dos seus funcionários. E já pensam num segundo modelo de tênis (V2), aperfeiçoando o tênis original, utilizando solas feitas de pneus reciclados, além da parte superior do calçado, que é confeccionada com o cânhamo totalmente orgânico. Segundo a descrição feita por Lasn, é algo interessante comprar pneus usados de carros para torná-los solado de sapatos, porque isso torna os seus calçados produtos que respeitam normas éticas; o que não impede que tenham preços mais elevados, com o intuito de usar esse dinheiro para lançar outros empreendimentos. Também tentam financiar os pequenos negócios e estimular pessoas que tenham um senso empreendedor, mas que desejem utilizar suas aptidões para fazer do mundo um lugar melhor para vivermos.

Lasn acredita que as nossas crises remetem aos problemas ambientais. A destruição dos ecossistemas se apresenta como uma grave ameaça ao mundo atualmente, o que de algum modo o leva a crer que o mundo está morrendo. Esse processo, para ele, mesmo que não elimine toda raça humana, acabará por tornar

---

<sup>29</sup> Bit-by-bit, every little act makes a difference (Tradução livre). Fonte: <<http://www.satyamag.com/may05/lasn.html>>. Acesso em: 01 set. 2009.

nossas vidas mais pobres e difíceis no futuro; no entanto, poucas pessoas levam esse problema a sério, e isso representa um perigo.

Outra questão lançada trata de como nós poderíamos forçar as empresas para que façam a coisa certa. Segundo Lasn, deveríamos lembrar que as empresas são feitas pelo povo e nesse caso, o que nos coloca como a fundamental razão para essas empresas existirem. Para reforçar sua ideia, Lasn cita o exemplo de alguns Estados onde a população dá uma carta às empresas concedendo o direito de instalação da mesma em sua localidade, tudo feito de modo legal. Ou seja, “nós, o povo, os controlamos<sup>30</sup>”.

Nessa perspectiva, nas palavras de Lasn, poderíamos de tantos em tantos anos, rever essas cartas, olhando as empresas para avaliar como as mesmas fizeram negócios, como o *Mc Donalds*, que deveria receber uma resposta positiva da população caso fizesse um bom trabalho, por alimentar nossos filhos sem comprometer a saúde dos mesmos. Ainda nesse discurso, esse ativista *jammer* declara que as empresas deveriam atender à expectativa geral de fazer bem à comunidade e não magoá-la, por levar seus jovens a péssimos hábitos alimentares.

Mas para que realmente possamos controlar as corporações, para Lasn, devemos reafirmar a sociedade civil, e essa é a única forma de resolver de modo efetivo os problemas na alimentação, no transporte, no meio ambiente e nos meios de comunicação, dentre outros problemas que afligem o homem. E não devemos permitir que as corporações, com sua força comercial, falem tudo, e nem façam tudo o que queiram. A ideia é que podemos reverter esse processo.

Desse modo, Lasn defende que há a necessidade desses artistas visuais e comunicadores de despertar as pessoas, principalmente as mais jovens. Ideal perseguido desde 1989, quando criaram a revista *Adbusters* – com um grupo composto por *designer*, ilustrador e caricaturista. Assim, pretendiam lançar a *culture jamming* e que ela fosse conduzida através da televisão; ou por meio de cartazes, postais, estátuas e até com o auxílio de todos os instrumentos utilizados no comércio.

---

<sup>30</sup> “We the people control them”. (Tradução Livre de um trecho da entrevista concedida por Lasn à revista Satya). Fonte: <http://www.satyamag.com/may05/lasn.html>. Acesso em: 01 set. 2009.

Certamente, a filosofia teve seus rivais, desde “rivais” de Platão até o bufão de Zaratustra. Hoje é a informática, a comunicação, a promoção comercial que se apropriam dos termos “conceito” e “criativo”, e esses “conceituadores” formam uma raça atrevida que exprime o ato de vender como o supremo pensamento capitalista, o cogito da mercadoria (DELEUZE E GUATTARI, 2002).

Dessa forma, “face às formas próximas de um controle incessante em meio aberto, é possível que os confinamentos mais duros nos pareçam pertencer a um passado delicioso e benevolente” (Deleuze, 1992). Tanto Deleuze quanto Guattari acreditavam numa filosofia política dedicada à análise do capitalismo e do seu desenvolvimento, pois

Falam-nos do futuro da Europa, e da necessidade de estabelecer o acordo entre os bancos, as seguradoras, os mercados internos, as empresas, as polícias, *consenso*, mas e o devir das pessoas? Será que a Europa nos prepara estranhos devires, tais como novos 68? O que as pessoas se tornarão? (DELEUZE, 1992).

Diante do que fora exposto até o momento, podemos provisoriamente responder que: se os mecanismos de repressão de algum modo se transformaram e foram adaptados à nova realidade, os meios de fuga, subversão e resistência também sofreram alterações. Por isso, Guattari defende a ideia de que “mais valem dez fracassos repetidos ou resultados insignificantes que uma passividade embrutecida face aos mecanismos de recuperação e às manipulações burocráticas dos militantes profissionais” (GUATTARI, 1981).

Nas relações de poder que se desenvolvem entre os jovens, segundo Canevacci (2005), se percebe a hibridização de política, cinema e música, numa sociedade voltada para o espetáculo; o que constitui um jogo complexo de relações entre zonas aparentemente bem distintas, como é o caso da política e da arte, ou até do entretenimento, mas no caso dos jovens, isso se amplia com as possibilidades políticas não partidárias e não institucionalizadas.

Não há necessidade de consciência política para saber que depois das famosas latas de lixo da história, estamos às voltas agora com as latas de lixo da informação. Ora, a informação é talvez um mito, mas nos empanturraram com esse mito sobressalente, substituto moderno dos demais valores (BAUDRILLARD, 2002).

Finalmente, podemos afirmar que seria imprudente desconsiderar a “novidade” inerente às interferências praticadas pelos *jammers*. Não fazemos aqui, um uso restrito

do termo da palavra novidade, mesmo assim, vale ponderar que a constatação, feita pelos autores citados nesta pesquisa, de que o controle social se define a partir de novas tecnologias e de novos processos, tornam plausível perceber que a resistência aos novos processos de vigilância, exploração e de estímulo ao consumo também sofreu transformações; que instigaram a investigação realizada, o que permite, ainda, novas tentativas de avançar na compreensão sobre o tema aqui exposto.

Perguntas são fundamentais para a investigação de certos problemas. Dessa maneira, sempre poderá existir uma “pergunta sem resposta como todas as boas questões. Pois o poder nunca terá resposta a esta pergunta: por que nos governa? Por que fala em nosso nome? Por que quer fazer nosso bem?” (BAUDRILLARD, 2002).

E, mais além, o que se pode esperar de melhor é que no seio de cada uma delas, e no seio das diversas formações do movimento, organizadas de um modo mais clássico, desenvolva-se uma nova disponibilidade, uma nova sensibilidade a alianças, a conjunções imprevisíveis, inimagináveis (GUATTARI, 1981).

## REFERÊNCIAS

ADBUSTERS. *Journal of the mental environment, THE BIG IDEAS OF 2010*. v. 18, #87, number 1. Jan/Feb. 2010.

\_\_\_\_\_. *Journal of the mental environment, THE BIRTH OF ALTERMODERN*. v. 18, # 88, number 2. Mar/Apr. 2010.

ALLIEZ, Éric, J. Benoist, C. Descamps. *Gilles Deleuze*, Trad. José Marcos Macedo, Paris, ADFP, 2003.

BAUDELAIRE, Charles Pierre. *Paraísos Artificiais – O haxixe, o Ópio e o Vinho*, Trad. Alexandre Ribondi, Vera Nóbrega e Lúcia Nagib, Porto Alegre, L&PM, 1998.

BAUDRILLARD, Jean. *Tela total: mito-ironias do virtual e da imagem*, Trad. Juremir Machado da Silva, Porto Alegre: Sulina, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*, Trad. Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

\_\_\_\_\_. *Globalização: As conseqüências humanas*, Trad. Marcus Penchel, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BENJAMIN, Walter. "Experiência e pobreza". In: *Magia, técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura, e história da cultura. Obras escolhidas v. 1*. São Paulo, Brasiliense, 1996.

BEY, Hakim. *TAZ, Zona Autônoma Temporária*. Tradução: Renato Rezende e Patrícia Decia, São Paulo, Editora Conrad, 2001.

BURGESS, Anthony. *Laranja Mecânica*, Trad. Nelson Dantas, São Paulo, Artenova S.A, 1977.

BURROUGHS, W. *Almoço Nu*, São Paulo: Brasiliense, 1984.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização*. 4ª. ed. Trad. Maurício Santana Dias e Javier Rapp. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da comunicação visual*, Trad. Alba Olmi, Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

\_\_\_\_\_. *Culturas eXtremas: mutações juvenis nas metrópoles*, Trad. Alba Olmi, Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

COHN, Sergio e PIMENTA, Heyk (org.). *Maio de 68*, Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2008. (Col. Encontros).

CRAIA, Eladio C. P. *A problemática ontológica em Gilles Deleuze*, Cascavel, EDUNIOESTE, 2002.

DELEUZE, Gilles. *A dobra: Liebniz e o barroco*, Trad. Luiz B. L. Orlandi, Campinas, SP: Papyrus, 1991.

\_\_\_\_\_. *Conversações*, Trad. Peter Pál Pelbart, São Paulo: 34, 1992.

\_\_\_\_\_. Félix. *Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia*, Vol. 1, Trad. Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto da Costa, Rio de Janeiro: 34, 1995.

\_\_\_\_\_. *Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia*, Vol. 2, Trad. Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão, Rio de Janeiro: 34, 1995.

\_\_\_\_\_. *Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia*, Vol. 3, Trad. Aurélio Guerra Neto, Ana Lúcia de Oliveira, Lúcia Cláudia Leão e Sueli Rolnik, Rio de Janeiro: 34, 1996.

\_\_\_\_\_. *Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia*, Vol. 4, Trad. Sueli Rolnik, Rio de Janeiro: 34, 1997.

\_\_\_\_\_. *Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia*, Vol. 5, Trad. Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa, Rio de Janeiro: 34, 1997.

\_\_\_\_\_. *O Ato de Criação (Palestra de 1987)*, Trad. José Marcos Macedo, São Paulo, Brasileira: Folha de São Paulo, 1999.

\_\_\_\_\_. *O Que é Filosofia?* Trad. Bento Prado Jr. e Alberto Alonso Munoz, Rio de Janeiro: 34, 2002.

\_\_\_\_\_. *Foucault*, Trad. Claudia Sant'Anna Martins; Revisão de tradução: Renato Ribeiro, São Paulo: Brasiliense, 2005.

ERASMO, Desidério, *Elogio da Loucura*, Tradução: Paulo Neves, Porto Alegre, L&PM, 2003.

FOLSCHEID, Dominique & Wunerburger, Jean-Jaques. *Metodologia Filosófica*, 2ª edição, Trad. Paulo Neves, São Paulo, Martins Fontes, 2002.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*, Tradução: Raquel Ramallete, Petrópolis, Vozes, 1987.

\_\_\_\_\_. *Os anormais: Curso no Collège de France (1974 – 1975)*, São Paulo: Martins Fontes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Em Defesa da Sociedade: Curso no Collège de France (1975-1976)*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FREIRE, Roberto de Barros. *Dez proposições para uma filosofia simples*, Cuiabá: EdUFMT, 2009.

GENNARI, Emilio. *EZLN: passos de uma rebeldia*, 1ª ed. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

GIOVANNI, Júlia Ruiz Di. *Seattle, Praga, Gênova: política anti-globalização pela experiência da ação de rua*. Dissertação de mestrado. São Paulo, SP: Universidade Católica de São Paulo, 2007.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*, 8ª edição, Trad. Maria Célia Santos Raposo, Petrópolis: Vozes, 1999.

GUATTARI, Félix. *Revolução Molecular: pulsações políticas do desejo*, Trad. Sueli Rolnik, São Paulo: Brasiliense S.A., 1981.

\_\_\_\_\_. *Caosmose: Um novo paradigma estético*, Trad. Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Claudia Leão, São Paulo: 34, 1992.

HARDT, Michael e NEGRI, Antônio. *Império*, Trad. Berilo Vargas, Rio de Janeiro: Record, 2004.

HUXLEY, Aldous. *Admirável Mundo Novo*. Trad.: Vallandro e Vidal Serrano. 2.ed. São Paulo: Globo, 2001.

JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo: A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio*. São Paulo: Ática, 1996.

KAFKA, Franz. *O Processo*. 9ª Reimpressão. São Paulo : Companhia das Letras, 1997.

\_\_\_\_\_. *O Castelo*, Trad. D. P. Skroski, São Paulo, Nova Cultural Ltda, 2003.

KANT, Immanuel. *Textos Seletos*. Vozes, 1984.

\_\_\_\_\_. *Idéia de uma História Universal de Um Ponto de Vista Cosmopolita*, org. Ricardo Terra. Brasiliense, 1986.

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

\_\_\_\_\_. *Cercas e Janelas: na linha de frente do debate sobre globalização*, Trad. Ryta Vinagre, Rio de Janeiro: Record, 2003.

\_\_\_\_\_. *The Shock Doctrine: the rise of disaster capitalism*, 1 st ed, New York: Metropolitan Books, 2007.

LE BRETON, David. *Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade*, Trad. Marina Appenzeller, Campinas: Papirus, 2003.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999.

LINS, Daniel (org.). *Nietzsche/Deleuze: arte, resistência: Simpósio internacional de filosofia, 2004*. Rio de Janeiro: Forense Universitária; Fortaleza, CE: Fundação de Cultura, Esporte e Turismo, 2007.

LUDD, Ned (org.). *Urgência das ruas: Black Block, Reclaim the Streets e os Dias de Ação Global*, São Paulo: Conrad, 2002.

MELVILLE, Herman. *Bartleby, O Escrivão – Uma história de Wall Street*, Trad. Cássia Zanon, Porto Alegre, L&PM, 2003.

MESQUITA, André Luiz. *Insurgências Poéticas: Arte Ativista e Ação Coletiva (1990-2000)*. Dissertação de mestrado. São Paulo, SP: Universidade de São Paulo, 2008.

NEGRI, Antônio. *Cinco lições sobre o império*, Trad. Alba Olmi, Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

NIETZSCHE, Friedrich. *Os Pensadores*, Trad. Rubens Rodrigues Torres Filho, São Paulo, Nova Cultural, 1999.

\_\_\_\_\_. *Genealogia da Moral – Uma Polêmica*, Tradução: notas e posfácio: Paulo César de Souza, São Paulo, Companhia das Letras, 2006.

OLIVEIRA, Juarez. *Constituição da República Federativa do Brasil*, São Paulo, Saraiva, 2002.

ORWELL, George. *1984*, Trad. Wilson Velloso. 27ª Ed. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 2002.

RAVIER, Valéria. *Caçadores de símbolos: Culture jamming, a publicidade e seu duplo*. Tese de doutorado. São Paulo, SP: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2005.

SEOANE, José e TADEI, Emilio (orgs.). *Resistências mundiais: De Seattle a Porto Alegre*, Petrópolis: Vozes, 2001.(Coleção: A outra Margem).

SCHOPENHAUER, Arthur. *A Arte de Escrever*, Trad. Pedro Sússekind, Porto Alegre, L&PM, 2005.

SCHÜLER, Donaldo. *Heráclito e Seu (dis)curso*, Porto Alegre, L&PM, 2000.

WOODCOCK, George. *História das Idéias e Movimentos Anarquistas – Vol. 1 A Idéia*, Trad. Júlia Tettamanzy, Porto Alegre, L&PM, 2002.

\_\_\_\_\_. *História das Idéias e Movimentos Anarquistas – Vol. 2 O Movimento*, Trad. Júlia Tettamanzy, Porto Alegre, L&PM, 2006.

### **Documentário:**

A Corporação (The Corporation), Dir: Mark Achbar e Jennifer Abbott, Roteiro: Joel Bakan. Canadá 2004.

### **Sites:**

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <<http://www.fabiogurgel.com.br/jiu-jitsu.php>>. Acesso em: 20 jan. 2009.

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <[http://www.wumingfoundation.com/italiano/portugues\\_direto.html](http://www.wumingfoundation.com/italiano/portugues_direto.html)>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <<http://www.lutherblissett.net>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <<http://www.0100101110101101.org/>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <<http://www.critical-art.net/biotech/free/>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <<http://www.centuryinshoes.com/nike/>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <<http://billayers.wordpress.com/2006/04/20/weather-underground-redux/>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Artigos e imagens sobre o ativismo anticonsumo. Disponível em: <<http://www.reagan.utexas.edu/archives/speeches/1981/41581d.htm>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Artigos relativos ao ativismo contemporâneo. Disponível em: <<http://www.rizoma.net/interna.php?id=300&secao=artefato>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Ayers, Bill (2008-12-06). "The Real Bill Ayers" . The New York Times. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2008/12/06/opinion/06ayers.html?em>>. Acesso em: 15 out. 2009.

CRITICAL ART ENSEMBLE. "Observations on Collective Cultural Action". Disponível em: <http://www.critical-art.net/books/digital/tact4.pdf>. Acesso em: 15 out. 2009

Entrevista de Lasn. Disponível em: <<http://www.satyamag.com/may05/lasn.html>>. Acesso em: 20 jun. 2009.

Exxon Mobil Corporation. Disponível em: <[http://www.esso.com/Brazil-Portuguese/PA/BR\\_HomePage.asp](http://www.esso.com/Brazil-Portuguese/PA/BR_HomePage.asp)>. Acesso em: 20 jan. 2009.

GUATTARI, Félix. "Cartography of Excess. Bureau d'Edtudes & Multiplicity". Disponível em: <[http://distributedcreativity.typepad.com/on\\_collecting/files/CartographyofExcess.pdf](http://distributedcreativity.typepad.com/on_collecting/files/CartographyofExcess.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2009.

Imagens das obras de John Heartfield. Fonte: <<http://shuperlocodesign.wordpress.com/2008/10/04/d-a-d-a-i-s-m-o-john-heartfield-max-grosz-man-ray/>>. Acesso em: 25 abr. 2010.

Obras do Banksy. Disponível em: <<http://www.uhull.com.br/04/09/30-graffitis-criati>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

Obras do Banksy. Disponível em: <<http://weburbanist.com/2007/07/19/banksy-paradox-unofficial-guide-to-the-worlds-most-infamous-urban-guerrilla-street-artist/>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

ROSAS, Ricardo. Assalto à mídia. Disponível em: <<http://midiaindependente.org/en/blue/2003/03/248962.shtml>>. Acesso em: 24 ago. 2004.

SLATER, Howard. "The Spoiled Ideals of Lost Situations. Some Notes on Political Conceptual Art". Disponível em: <<http://www.infopool.org.uk/hs.htm>>. Acesso em: 10 set. 2009.

STIMSON, Blake e SHOLETTE, Gregory. "Periodising Collectivism". Disponível em: <[http://www.gregorysholette.com/essays/docs/01\\_periodising.pdf](http://www.gregorysholette.com/essays/docs/01_periodising.pdf)>. Acesso em: 10 set. 2009.

Site de divulgação e subversão das marcas famosas. Disponível em: <<http://0100101110101101.org/home/nikeground/story.html>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

WALLIS, Brian (ed.). Democracy: Project by Group Material. Seattle: Bay Press, 1990. Disponível em: <<http://www.linguagens.ato.br/>>. Acesso em 06 jul. 2009.

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)