

As mídias radicais alternativas e o videoativismo: novas ferramentas de mobilização social⁷

Kely Silva de Carvalho⁸
Universidade Estadual de Goiás

Resumo

Partindo de uma pesquisa em desenvolvimento, este artigo objetiva uma definição dos conceitos que perpassam a chamada Mídia Radical Alternativa, analisando tanto a sua face artística quanto suas prerrogativas de contra-informação. Iremos ainda englobar dentro dessa esfera de comunicação alternativa as práticas videográficas de videoativismo, procurando mostrar o grau de pertencimento deste em relação às formas midiáticas radicais.

Palavras-chave: Mídia Radical; Videoativismo, vídeo, comunicação alternativa.

1 INTRODUÇÃO: REVISITANDO CONCEITOS- COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA, COMUNICAÇÃO POPULAR E COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

Desde a década de 1960, alternativas de combate à mídia hegemônica têm sido pensadas como forma de combater um estilo de empreitada midiática cada vez mais voltada para os interesses comerciais e corporativos. Como aponta Marta de Araújo Pinheiro e Daniel Martins de Lima Silva (2005) a reflexão sobre essas novas formas de comunicação que pudessem opor resistência ao fluxo comercial da grande mídia remonta aos acontecimentos de 1968, quando o pensamento crítico acerca dos

⁷ Trabalho apresentado no **GT3 - Estudos Interdisciplinares em Audiovisual** da II Semana do Audiovisual da UEG – SAU, realizada de 24 a 30 de setembro de 2012, em Goiânia-GO.

⁸ Graduanda do Curso de Comunicação Social – Audiovisual da Universidade Estadual de Goiás (kelyscarvalho@gmail.com).

“meios de comunicação operantes” volta-se para a “verticalidade das emissões, a comunicação sem retorno e a falta de pluralismo”(PINHEIRO; SILVA,2005,p.01).

A partir de então os ativistas de mídia ligados ou não a movimentos sociais vêm pensando novas formas de se democratizar não apenas o acesso à comunicação e ao conhecimento, mas também criar novos modelos de ativismo midiático capazes de desacreditar o tipo de transmissão de informações unilaterais e capitalistas das mídias. Nesse sentido, o surgimento da internet, assim como a mobilização dos novos movimentos ativistas organizados em rede, ditos antiglobalização, que eclodem na década de 1990, nos colocam face a face com um modelo de comunicação de resistência que é “horizontal, retroalimentável, plural” (PINHEIRO; SILVA, 2005, p.01) além de colaborativa.

Essa modalidade de comunicação não-hegemônica é geralmente denominada pelos termos comunicação alternativa, comunicação popular, comunicação comunitária, no entanto, esses termos carregam em si algumas características que os diferenciam um do outro.

Sendo assim, de acordo com Cicilia Peruzzo (2006) o que se conhece por comunicação popular é uma forma de comunicação originada nos movimentos sociais populares da década de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina. A comunicação comunitária incorpora conceitos e organizações típicos dos movimentos de comunicação popular, mas agora com outros caminhos e urgências, assim esse “modelo” comunicativo, feita pelo povo e para o povo, engloba agora novas formas de apresentação e reprodução que incorpora o uso de meios massivos de comunicação, principalmente de radiodifusão (PERUZZO, 2006) com novas linguagens e conteúdos de forma mais profissional e com a incorporação das novas tecnologias de comunicação e informação, as chamadas TIC.

Por outro lado, a chamada comunicação alternativa é uma manifestação típica dos anos de 1960 e 1980, de acordo com Peruzzo (2006), e, embora muitas vezes tenha sido usada para caracterizar os movimentos de comunicação popular, ela incorpora sobretudo movimentos de imprensa de caráter combativos que vão na

contramão da mídia tradicional, que estava sob a tutela da censura durante o regime militar. O termo em questão é ainda utilizado para definir todo esse apanhado de mídias de resistência ao “status quo” dos meios massivos de comunicação, no entanto como nos diz John Downing (2004), a definição “alternativa” não engloba a diversidade de características das mídias de combate aos meios hegemônicos, denominadas por Downing de Mídia Radical, uma vez que “em primeiro lugar, é preciso reconhecer que falar simplesmente em mídia alternativa é quase um paradoxismo. Qualquer coisa em algum ponto, é alternativa a alguma outra” (DOWNING, 2004, p.27).

Em seus estudos, Downing (2010) aponta ainda uma variedade de conceitos outros que já foram usados, ou são, para denominar esse tipo de mídia radical, segundo o autor tais conceitos referem-se à preferências de uso de determinados autores ou a determinados momentos e características específicas. Assim, ele cita os seguintes termos:

a) Mídia tática: termo criado por Geert, Lovink e David Garcia para se referir a uma estratégia de comunicação de resistência em que pretende englobar diversos tipos de mídia que atuam de forma independente, isto é, não vinculadas a qualquer corporação, mercado ou estado e que têm como função intervir diretamente na circulação e distribuição da informação.(PINHEIRO; SILVA, 2005), em outras palavras são estratégias de mídia que procuram ressignificar e remodelar os discursos tradicionais/comerciais dos meios de comunicação.

b) Mídia independente: aqui faz-se um paralelo com a imprensa alternativa, uma vez que esse termo é usado por Herman e Chomsky para denominar um tipo de imprensa “não corporativa, não estatal e não religiosa” (DOWNING, 2010).

c) Mídia de contrainformação: também designada, dentro da área do jornalismo, para caracterizar uma “espécime” de imprensa que objetiva combater “lacunas e distorções” das notícias veiculadas pelos meios de comunicação hegemônicos.

d) Mídia Participativa: usado para designar um projeto de mídia, pensado para que os indivíduos pudessem mais que receber informações, poderiam produzi-las,

tornando-se não apenas receptores mais produtores.

e) Mídia do terceiro setor: segundo Downing, tal termo é utilizado sobretudo na Europa para denotar os modelos midiáticos que fazem parte da “esfera social voluntária” (DOWNING, 2010).

Assim sendo, notamos que a quantidade de conceitos e modelos usados para explicar tais tipos de mídias de resistência aos meios hegemônicos e comerciais de comunicação são classificados e ressignificados de acordo com as emergências e características de cada época, além das preferências de cada estudioso, nesse sentido para melhor estudar a mídia aqui em análise, o videoativismo, optamos por enveredar pela escolha etimológica de John Downing, uma vez que a Mídia Radical denotada pelo autor perpassa os veículos tradicionais de comunicação, ou seja, o rádio, a TV e o jornal impresso, e desemboca em manifestações outras como o vestuário, o vídeo, o grafite, fazendo o estudo alcance especificações mais abrangentes.

2 MÍDIA RADICAL.

Geralmente ao falarmos de mídia radical, mídia alternativa ou qualquer outra forma de comunicação de resistência, o que vem às nossas mentes são meios comunicativos ligados a um pensamento de esquerda, que luta por mudanças estruturais na sociedade atreladas principalmente ao anticapitalismo, à antiglobalização, entre outras temáticas relativas. No entanto, como bem observa Downing (2004), o campo da comunicação radical engloba, também, práticas de caráter “radicalmente negativas”, isto é, veículos fascistas, racistas e fundamentalistas que, como diz o autor, “força a sociedade a retroceder a problemas ainda mais grotescos do que os enfrentados hoje”.

As mídias radicais englobam ainda, como dito anteriormente, uma diversidade de formatos que vão além do rádio e da televisão e têm em seu âmago a intencionalidade de romper regras (DOWNING, 2004), propor uma ação reativa às lacunas e desinformações da grande mídia, além de apropriar-se dos meios

comunicativos de forma que possa integrar e expor as demandas das ditas “classes dominadas” criando redes que vão de embate aos ditames do poderosos (SANTOS, 2010).

Dessa forma, a mídia radical trabalharia por formas de discursos que são sobretudo contra-hegemônicos e resistentes. Em outras palavras, segundo o arcabouço teórico de Gramsci (GRAMSCI *apud* DOWNING, 2004), tais discursos contra-hegemônicos seriam aqueles capazes de contrariar, contestar as estruturas ideológicas dominantes e suplantá-las com uma forma outra de mundo, quebrando o silêncio das chamadas minorias, refutando as mentiras e fornecendo outras verdades, que não a do discurso oficial (DOWNING, 2004). A resistência, que se caracteriza pelo comportamento reativo diante da opressão, seria formador e produto dessa meios comunicativos radicais, uma vez que, “a comunicação tem a ver com compartilhar com discernimento a gama de questões que flagelam a vida social” (DOWNING, 2004, p.53) e, a mídia dita hegemônica, convencional, se esquivou desse papel social em detrimento de interesses comerciais.

Em seu estudo para compreender os meandros dos movimentos de mídia radical, Downing (2004) atrela como matriz desses movimentos as manifestações da cultura popular, e da cultura de oposição, definida pelo autor como uma manifestação que se nega a enveredar pelos caminhos dos discursos hegemônicos e da cultura de massa, usando o conceito criado por Adorno e Horkheimer que definem a cultura de massa como sendo o produto criado a partir da junção da cultura popular com a chamada de cultura erudita – das indústrias comerciais de publicidade e teledifusão (ADORNO; HORKHEIMER *apud* DOWNING). Assim, mais do que utilizar-se de elementos dos ditos meios massivos, ela incorpora e é incorporada por atividades culturais populares. Com isso, as diversas formas de mídias radicais pressupõem o engajamento de uma audiência que é ativa, ou seja, que se apropria das expressões culturais de massa e populares resignificando-as, por vezes levantando críticas em relação a essa sua base de formação. Da mesma forma, esses tipos culturais por vezes apropriam-se da linguagem e apresentação típicas dos produtos pertencentes a tais

mídias e os transformam em objetos passíveis de consumo, “reduzindo a radicalidade em estilos de vida moldados pelas lógicas publicitárias” (SANTOS, 2010, p.56)

E assim como as manifestações culturais são dinâmicas, se modificam e remodelam ao longo dos anos (SANTOS, 2010), as mídias de resistência são também uma “constante histórica em contínuo movimento, que se desdobra pelos mais diversos países, em diferentes momentos históricos” (MAZETTI, 2007, p.02). Assim, embora tais mídias tenham se desdobrado sobretudo em épocas de “regimes opressores e reacionários, que se utilizam da censura e do controle da informação” (MAZETTI, 2007, p.02), ela se fortalece mesmo em cenário mais amenos, marcados não tanto por censuras políticas, mas pelo interesse comercial das grandes mídias, segundo Downing:

a mídia radical tem a missão não apenas de fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público em seu poder de engendrar mudanças construtivas (DOWNING, 2004, p.50)

Esse tipo de mídia seria, portanto, uma expressão da cultura massificada em que prepondera a utilização dos recursos de produção midiática de forma a gerar uma visão outra, alternativa, das visões hegemônicas da nossa sociedade, expandindo o âmbito das informações e da reflexão das mídias convencionais, além de pressupor da voz aqueles que geralmente são excluídos do debate público maior, contribuindo de forma a expor o pensamento dos movimentos sociais – por vezes produtores, difusores ou usuários dessas formas de comunicação radical – que não encontram espaço ou são demonizados pelas grandes mídias.

No entanto, embora atrelados aos movimentos sociais, as redes de mídia alternativa não devem ficar circunscritas apenas e somente às vontades e ao papel de produtores de conteúdo de tais movimentos, uma vez que sua existência enquanto tal está ligada sobretudo a sua face de possibilitadora de um discurso dialógico com os meandros da recepção e geração de conteúdos comunicativos e com a democratização

da esfera pública⁹ (DOWNING,2004) .

As mídias radicais se transformariam assim em agentes de desenvolvimento, uma vez que, segundo Macpherson (MACPHERSON *apud* DOWNING, 2004) a garantia de democracia possibilitaria uma expressão de crescimento cultural, político e econômico, através de recursos em que a emissão de discursos não estaria centrada em uma perspectiva horizontal (e de baixo para cima) e sim em um modelo que parte de “uma visão dialógica da mídia radical alternativa (...) não sectária e engajada, na sua melhor expressão com as audiências mais ativas, que produzem, bem como recebem o conteúdo da mídia.” (DOWNING, 2004, p.85).

Sendo assim, de acordo com o pensamento de Downing (2004) tais modelos de comunicação de resistência possibilitam que a perspectiva horizontalizada das grandes mídias seja invertida, de modo que aqueles excluídos do processo de produção comunicacional sejam inseridos de alguma forma dentro dos meios comunicativos, se não como produtores de informações ao menos protagonistas ativos de conteúdos veiculados, ou seja, as ditas classes subalternas, que em alguns momentos da história foram relegadas da esfera pública pelos meios comunicativos convencionais, conseguiram, através das mídias resistentes, mostrar que existem e que querem ser vistos.

Todo esse processo de participação popular foi possibilitado, sobretudo, pelo barateamento das tecnologias, bem como a criação de tecnologias de simples manuseio, desde os jornais operários (primeiros indícios da imprensa radical alternativa), até o surgimento da internet. A história da mídia radical, segundo Santos (2010), foi acompanhada pelo desenvolvimento da tecnologia e da negação da sua aura racional tecnocrática, que dizia que os meios só poderiam ser acessados por uns poucos versados em seu uso, “apontando a comunicação midiaticizada como um bem comum não estatal e ampliando o uso não alienado da técnica de produção e distribuição dos bens culturais

⁹ Segundo o filósofo alemão Jürgen Habermas a esfera pública é um dimensão do social em que os assuntos relativos à vida pública são discutidas pelos atores sociais e pelo Estado culminando na formação da chamada opinião pública.

e informação” (SANTOS, 2010, p.49), democratizando, relativamente ainda, os canais do processo comunicativo e combatendo a “tentativa de fechar os espaços abertos e de colocar travas na imaginação”(DOWNING, 2004, p.499) e nas lutas sociais.

3 DOIS MODELOS, DUAS MEDIDAS: O AGITPROP, O LENISTA, A CONTRA-INFORMAÇÃO E A ARTE.

Mas que compreender a definição e caracterização das chamadas mídia radicais, é essencial compreender as formas com que são sua organização enquanto instrumento comunicacional. Assim, analisando tal forma de organização John Downing ressalta a existência de dois modelos em que se dão as mídias radicais: o *modelo leninista* e o *modelo anarquista libertário*.

Segundo o autor, o modelo leninista foi o mais conhecido e utilizado durante o século XX, ele é caracterizado por apresentar um “modelo da correia de transmissão” que “servia única e simplesmente para transmitir as prioridades e perspectivas momentâneas da elite do seu partido” (DOWNING, 2004,p.109) ou seja, do partido socialista.

Tal modelo tem seus primórdios, seu molde, dentro da repressão política, pouco ortodoxa, do regime czarista, pelas mãos de ativistas opositores - de caráter socialista - do regime, que trabalhavam na clandestinidade com organizações tangíveis de disciplina, o que legou ao modelo, um caráter de hierarquia rígida.

O modelo leninista utilizava-se da estratégia que ficou conhecida como *agitprop*,

que combinava táticas de informação de curto prazo para trazer ao conhecimento do público os abusos e problemas imediatos (agitação) e de estratégias de comunicação política de longo prazo (propaganda) destinadas a moldar corações e mentes numa direção compatível com o marxismo-leninismo(DOWNING, 2004, p. 111)

como prática de ação de suas empreitadas, nesse sentido, mais tarde essa configuração foi levada a outras nações de regime totalitário, uma vez que , devido à repressão e à

tentativa de fugir das garras de imprensa dominada pelas ditaduras, o agitprop se tornou a prática de protesto comunicacional de maior repercussão.

No entanto, ao longo do tempo essa abordagem foi sofrendo com processos corruptivos dentro mesmo do regime soviético, e segundo Santos (2010):

Foi ao longo da história, sendo deturpado pelos próprios socialistas, com o objetivo de levar as proposições do movimento dos trabalhadores, em um período de ebulição política revolucionária e foi estendido e institucionalizado como modelo de mídia depois da tomada do Estado, sob o controle do partido comunista.(SANTOS, 2010, p. 53)

O modelo anarquista libertário, por outro lado, seria guiado pela tradição da autogestão, que trata-se de uma estratégia de ação em que o comando das práticas não está nas mãos de nenhuma autoridade, seja ela política, religiosa ou estatal, ele é compartilhado dentro dos próprios veículos comunicativos, legando uma organização funcional baseada na horizontalidade e na criação colaborativa e coletiva. Assim para Santos o modelo baseado na autogestão difere-se do agitprop principalmente porque “é uma ação construída no cotidiano através de práticas e vivências coletivas, que tem como objetivo seguir os princípios libertários no presente e não apenas após uma revolução social” (SANTOS, 2010, p.54).

Quanto as práticas de organização das informações, segundo Downing (2004) e Mazetti (2007), os veículos de mídia radical costumam se articular ao modelo de contra- informação, “que tem como função desobstruir o acesso à opinião pública para os mais diferentes grupos sociais, políticos, étnicos, religiosos, de gênero e indicação sexual” (MAZETTI, 2007, p.01), em outras palavras, a função da contra-informação é transmitir ao público informações que são por vezes maquiadas ou não relatadas pela mídia convencional.

A contra-informação, segundo Mazetti (2007) é prática corrente em grande parte das mídias radicais, chamadas por ele de tradicionais e talvez seja um dos primeiro modelos de ação usados como prática de contestação e resistência. E ainda seu

uso é

marcado por um lado pelo então corrente processo de transição do autoritarismo para a democracia no país, e por outro, teórico, pela maior inserção das idéias de Gramsci e um arrefecimento do domínio da visão da Escola de Frankfurt sobre a cultura midiática no cenário acadêmico(MAZETTI, 2007, p.02)

Nesse sentido a dicotomia do modelo informação/contra-informação parte de uma perspectiva que sobretudo de resistência à ordem hegemônica e a de “garantir a circulação de informações em situações de classe” (BADELLI *apud* MAZETTI, 2007, p.03), fazendo com as massas fossem inseridas nos processos de comunicação e tornando os meios comunicativos politicamente atuante.

No entanto, esse modelo legou, muitas vezes, as práticas de mídia radical uma atuação que é tão somente panfletária, com frases de efeito e uma linguagem marcada pelo ultradogmatismo de esquerda, transformado sua atuação em uma profusão de discursos enfadonhos que por vezes transbordou “numa definição de mídia alternativa puramente logocêntrica: mentiras/verdades, encobrimento/fatos, ideologia/realidade” (DOWNING, 2004, p.92)

E ainda a contra-informação e seu desejo de tomada de poder dos meios comunicativos pela massa, simplesmente não partiria para uma democratização e pela destruição do caráter não-dialógico dos meios, uma vez que segundo Baudrillard a ideologia das mídias não está somente no que elas escondem ou relatam, mas também em seu caráter de pretensão de superioridade, intrasitiva e não-comunicativa (BAUDRILLARD *apud* MAZETTI, 2007).

Para mediar essa linguagem de chumbo da contra-informação, é preciso encontrar um faro artístico, um modelo de ação baseado na junção da arte e da política, que dialogue com o público e que o atraia, de forma não apenas panfletária, mas também estética, uma vez que, o papel das artes deve incluir mecanismos para a criação de um pensamento crítico e contestador por parte do público (DOWNING, 2004)

Partindo desse pressuposto John Downing cita a contribuição de

movimentos artísticos politicamente engajados como o dadaísmo, o expressionismo alemão e os surrealistas, para a criação de uma linguagem, dentro das mídias radicais, que é também estética. Essa linguagem está centrada, sobretudo, no nascimento de mídias de resistências que, procurando chamar atenção para seus protestos começam a utilizar táticas lúdico-midiáticas de ação (ASSIS, 2006).

Tais táticas, estudadas por Assis (2006), procuram utilizar ações reconhecidas pelo seu caráter espetacularizado e artístico, nesse sentido, na chamada sociedade do espetáculo¹⁰, onde as representações têm maior impacto sobre o público, é necessário criar mecanismos de produção de arte política em que o povo possa dialogar, e efetivamente tornar-se uma audiência ativa, na análise de Assis:

o ativista atual – ou, ao menos, o que interessa a este trabalho – age no intermédio entre o engajado e o especialista, planejando e executando seu ato político com os olhos voltados para sua tradução adequada para o campo midiático. Adequações de linguagem e abordagem, posturas, impoções, recursos estilísticos, estéticos e tecnológicos, adaptações ao *zeitgeist*, à cultura do momento – tudo funciona em sincronia no planejamento e implementação da ação política com vistas a despertar o interesse de captação (e futura propagação) pelo campo midiático (ASSIS, 2006,p.42)

Dessa forma com as facilidades de produção artística/midiática proporcionada pelo barateamento das tecnologias a criação de mídias radicais com um faro artístico, tornou-se recorrente também, uma vez que, mais quer desdizer o que os veículos convencionais informar é preciso comungar com seus código e criar outros irreverentes e includentes, que agreguem adeptos e formas de ação não tão centradas tão somente numa linguagem de chumbo, de forma a criar meios que são contra-informativos sem perder a ternura.

¹⁰ Termo cunhado pelo pensador francês Guy Debord para se referir a fase da sociedade contemporânea onde as imagens, os status simbólicos, as celebridades, exercem profundo poder sobre o público em geral, e tais imagens encontram-se em interdependência com a lógica do capital.

3 AS MÍDIAS TÁTICAS

Talvez um dos exemplos mais certos em relação à comunicação radical artisticamente engajada e tecnologicamente orientada seja as denominadas mídias táticas. Nascidas no calor fervoroso dos novos movimentos ativistas, nos anos de 1990, essa espécie ligada às mídias radicais tem como seu meio de ação desenvolver outra maneira de pensar a função transgressiva da comunicação, muitas vezes através de um discurso estético, brincalhão, iconoclasta e essencialmente consciente (ROSAS, WELLS, 2010).

A concepção de mídia tática, foi principalmente difundida por David Garcia e Geert Lovink (2003) e define-se por ser práticas de “artistas” (MAZETTI, 2007,p.07) em que preponderam a resignificação, reutilização e criação de novos usos para os tradicionais meios de comunicação, usos esses não marcados pelos interesses comerciais e de caráter crítico e subversivo, utilizando-se de tecnologias baratas “do tipo faça você mesmo “tornadas possíveis pela revolução na eletrônica”(LOVINK, GARCIA, 2003, p.01).

O conceito de tática, são herdadas do pensamento de Certeau, onde a ênfase dos modelos de representação em si é transferida para o uso que fazemos dessas representações, em outras palavras, é o que fazemos, as estratégias utilizadas para desacreditar o código das comunicações comerciais é que fazem sentido enquanto estratégia de protesto(LOVINK, GARCIA, 2003). Mídias táticas seriam portanto

formas que integram, através de operações por parte de seus usuários, manipulações individuais e coletivas de características políticas, artísticas e sócio-culturais. O intento prático é a utilização dos recursos, mercadorias, aparatos e técnicas produzidas e distribuídas pela produção em larga escala do capitalismo industrial para fins de oposição e alternativa ao status quo da sociedade controlada por mediações (LARA, 2005, p.01)

Assim, a essa forma de comunicação de resistência é incorporada uma

linguagem estética, influenciada pela MTV, pelo sujo, pelo contestador (LOVINK,GARCIA, 2003), onde a estratégia de abordagem é marcada pela apropriação e consequente transformação de símbolos, marcas que denotam ao capitalismo, como o faz a rede de mídia tática canadense Adbuster Media Foundation, pegando características definidoras de grandes marcas e retrabalhando-a de forma crítica.

Calcadas em práticas de intervencionismo, copyleft¹¹, e das chamadas Zonas Autônomas Temporária¹², essas mídias combinam linguagens, ações e pensamentos, criando meios híbridos onde “ativismo político se reencontra com a arte e a tecnologia, onde as narrativas míticas ganham visibilidade para contar outra história” (SANTOS, 2010, p.63).

No entanto, como Lovink e Garcia informam em seu manifesto, embora incluam práticas de mídias radicais alternativas, essas não a dominante e a restrição do movimento, uma vez que a introdução do termo tático nasce para romper as dicotomias amador vs. Profissional, alternativo vs. Popular, subvertendo, assim, as ordens existentes.

4 E O VIDEOATIVISMO NISSO TUDO?

Em sua descrição das várias espécimes de mídia radical , Downing (2004), cita práticas de resistências que utilizam-se do vídeo para comunicar, embora não denominadas ou analisadas como videoativismo pelo autor, tais práticas sugerem a existência de uma mobilização em prol de materiais audiovisuais de caráter radical que remetem as propostas de vídeo popular, ao vídeo independente, ao vídeo militante e ao movimento documentário conhecido como cinema verdade.

Essas práticas de protesto em vídeo começam a ganhar fôlego já no final do século

¹¹ Termo popularizado pelo hacker polonês e fundador do movimento de software livre, Richard Stallman, que propõe a retirada das barreiras à utilização, difusão e modificação de uma obra criativa, imposta pelos atuais direitos de proteção à propriedade intelectual

¹² Conhecidas com TAZ, a Zona Autônoma Temporária é um conceito criado por Hakim Bey para definir a idéia de combater o Poder criando espaços (virtuais ou não) de liberdade que surjam e desapareçam o tempo todo

XX impulsionados pela acessibilidade, qualidade e barateamento das câmeras de vídeo e equipamentos de edição de vídeos, o que motivou o uso dessas ferramentas, que seria capaz de atingir um público mais diversificado(DOWNING, 2004, p.257).

Assim a partir da emergência em prol de uma mídia audiovisual contestatória e principalmente democratizada foram surgindo conglomerados de vídeo/cinema com perspectiva contra-hegemônica, como a *Workers' Film and Photo League* e a *Newsreel*, nos Estados Unidos, a *TV comunitária Maxibomba*, no Brasil, entre tantas outras manifestações e projetos envolvendo o uso do vídeo.

Partindo desse ponto, portanto podemos notar que o videoativismo, bem como seus antepassados, estão envolvidos nesse enxame maior de possibilidades que é a mídia radical alternativa. Em suas várias estratégias de ação, podemos propor que em suas ações, aliadas aos movimentos sociais, essa forma de resistência em vídeo pode assumir características que são tanto contra-informativas, quanto artísticas, uma vez que se apropria de um linguagem audiovisual, que precisa ser também estética.

Assim, como nos informa Downing essa recapitulação e condensação que os vídeos fazem dos elementos das mídias outras fazem com que as possibilidades de atração nele presente sejam particularmente ricas para contribuir para a formação e o desenvolvimento de esferas públicas alternativas.

BIBLIOGRAFIA

DOWNING, John. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo:Senac,2004.

_____. *Parceiros não comunicativos: análise da mídia dos movimentos sociais e os educadores radicais*. Revista Matrizes. São Paulo: USP,2010. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/search/authors/view?firstName=John&middleName=D.H.&lastName=Downing&affiliation=&country=>>>

LOVINK, Geert; GARCIA, David. *O ABC da Mídia Tática*. Centro de Mídia Independente. Brasil:2003. Disponível em <<http://brasil.indymedia.org/pt/blue/2003/03/249849.shtml>>. Acesso em 2012.

MAZETTI, Henrique. *Mídia alternativa para além da contra-informação*. V Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom: São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://paginas.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/5o-encontro-2007-1/Midia%20alternativa%20para%20alem%20da%20contra-informacao.pdf> >.

PINHEIRO; SILVA, Marta de Araújo; SILVA, Daniel Martins de Lima. *Internet e Comunicação de Resistência*. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/4/46/GT8_-_012.pdf, Acesso em: 2012>

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária*. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, UNB: 2008. Disponível em <<http://www.unifra.br/professores/rosana/Cicilia+Peruzzo+.pdf>>. Acesso em 2012

SANTOS, Carlos André. *A rebeldia por trás das lentes: participação política juvenil no Centro de Mídia Independente no Brasil*. Florianópolis:UFSC, 2010.