

Adolfo Conceição Inácio

CULTURE-JAMMING
A rebeldia da sociedade brasileira nas novas mídias digitais

Universidade de São Paulo- Escola de Comunicações e Artes
CELACC- Cento de Estudos Latino- Americanos sobre cultura e Comunicação
2011

Adolfo Conceição Inácio

CULTURE-JAMMING
A rebeldia da sociedade brasileira nas novas mídias digitais

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC) da Universidade de São Paulo.

Curso: Pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura.

Universidade de São Paulo- Escola de Comunicações e Artes
CELACC- Cento de Estudos Latino- Americanos sobre cultura e Comunicação
2011

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, primeiramente, por sempre iluminar os meus caminhos, dando-me força e diretrizes para prosseguir em meus objetivos.

À minha mãe, Silvana, por sempre acreditar, até mais do que eu, em meus sonhos e incentivar-me para que se tornassem realidade.

Aos grandes amigos e colegas que fiz durante este período, em especial aos ativistas dos grupos Gota D'Água e Coletivo Digital.

Por fim, aos familiares e a todos os meus professores do CELACC, pela compreensão e por contribuírem para a produção e o desenvolvimento deste trabalho.

CULTURE-JAMMING

A rebeldia da sociedade brasileira nas novas mídias digitais

Adolfo Conceição Inácio¹

Resumo

A nova esfera pública brasileira tem dominado as redes contra a hegemonia da indústria cultural, que dita à massa tendências de consumo agressivamente invasivas nos espaços públicos. Este artigo faz um breve estudo sobre o impacto da *culture-jamming* como mídia radical alternativa, de origem pouco conhecida no Brasil, capaz de construir uma sociedade civil no âmbito virtual, expressando posições alternativas às políticas dominantes e apropriando-se de segmentos sociais através da arte moderna aplicada às novas mídias digitais. Para isto, serão destacados alguns pontos conceituais de pensadores como John D. H. Downing e Noam Chomsky.

Palavras-chave: culture-jamming, monopólio, rebeldia digital, ciberativismo

Abstract

The new Brazilian public sphere has dominated the networks to auto confirm itself against hegemony culture industry wich dictates consumer trends for mass aggressively invasive in public spaces. This article is a brief study about the *culture-jamming* impact as an alternative radical media of unknown origin in Brazil, capable of building a civil society in virtual sphere, expressing alternative positions to the dominant political, decoding messages and appropriating social segments through modern art applied to new digital media. For this, some conceptual points of the authors such as John D. H. Downing and Noam Chomsky will highlight.

Keywords: culture-jamming, monopoly, digital rebellion, cyberactivism

Resumen

La nueva esfera pública brasileña ha dominado las redes contra la hegemonía de la industria cultural de consumo de la masa invasora en los espacios públicos. Este artículo es un estudio sobre el impacto de la *culture-jamming* como una interferencia de los medios de comunicación alternativa radical, poco conocido en Brasil, capaces de construir una sociedad digital,

¹ Criativo Visual e Multimídia em plataformas digitais. Graduado em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo (Unifio/SP). E-mail: adolfofoci@ig.com.br

expresando posiciones alternativas a la política dominante, y la apropiación de los segmentos sociales a través del arte moderno aplicado a los nuevos medios digitales. Para ello, algunos puntos conceptuales de pensadores tales como John D. H. Downing y Noam Chomsky se resaltarán.

Palabras clave: culture-jamming, monopolio, rebelión digital, ciberactivismo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
1.1 Da arte da rebeldia à opressão midiática	08
1.2 Estado de emergência nos canais midiáticos no Brasil	09
2. Preparar, Apontar e Compartilhar	11
2.1 Protestando conforme a rede	12
2.2 O descontrole da comunicação elitizada	13
3. Atos simbólicos e estratégias infalíveis retardam o consumismo impensado	14
3.1 Gente Diferenciada	14
3.2 É a Gota D'Água	15
4. Ciberativismo: a culture-jamming no Brasil remodelando a sociedade	18
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
BIBLIOGRAFIA	20
ANEXOS E APÊNDICES	22

1. Introdução

O Brasil vive um momento histórico. Nasce uma nova sociedade, composta por “artevistas” reais que subvertem o poder no mundo virtual. Isto é, artistas contemporâneos que ocupam o ciberespaço para se oporem ao consumismo imposto pela indústria cultural. Vê-se abalada a hegemonia de grupos dominantes nos meios de comunicação à mesma velocidade da ascensão das novas mídias digitais. De caráteres social, dinâmico e interativo, são ocupadas massivamente por uma nação de rebeldes criativos, adepta de uma subcultura radical chamada *culture-jamming*, que não se permite mais calar e faz frente aos ideais políticos e interesses econômicos silenciados em peças publicitárias, projetos socioambientais e culturais, entre outros meios, em favor de um estado igualitário e democrático. Não se restringe aos meios de comunicação mais acessíveis no país, como rádio, TV, jornal e cinema; abrange teatro de rua, grafite, vestuário, música, charges e, atualmente, em nível cada vez mais crescente, Internet, especificamente as redes sociais.

É possível que a contracultura brasileira vista nas novas mídias digitais por meio de intervenções sociopolíticas, parodiando e subvertendo com comentários irônicos, de apelo social, mensagens veiculadas e impostas pela indústria cultural de consumo, construa uma esfera pública alternativa, apropriando-se de segmentos sociais que permitam essa nova realidade.

John D. H. Downing, ensaísta britânico e autor do livro **Mídia Radical: Rebeldia nas Comunicações e nos Movimentos Sociais** (2002), todavia, ressalta que a mídia radical tem de se organizar de modo a promover a capacidade de desenvolvimento e a participação de excluídos em todas as decisões, contribuindo para a formação de uma sociedade civil ativa nos meios.

1.1 A arte da rebeldia à opressão midiática

A mídia radical alternativa *culture-jamming* surgiu ainda em 1984, cunhado pela banda norte-americana de audiocolagem Negativland, como uma reação totalmente natural para crescer em um mundo midiático, segundo o membro fundador e um dos líderes do conjunto, Mark Hosler. Entretanto, a subcultura referia-se ao rádio, em que as frequências públicas podiam ser pirateadas para a comunicação independente, ou interferir na frequência monopolizada, com ruídos no sinal ou sobreposições de transmissões, como faziam os adeptos desta subcultura às emissoras de rádio religiosas e direitistas situadas, principalmente, no sul do Texas, como destaca o autor:

Devido ao predomínio, no sul, de emissoras de rádio religiosas e direitistas, com muitos programas no formato ‘talk-show’, alguns ativistas começaram a telefonar para os programas dizendo-se fundamentalistas devotos e ocupando o horário de transmissão com maçantes declarações que, pouco a pouco, se afastavam das verdades religiosas para se aproximar mais e mais de questões políticas ou tabus sexuais, até que, geralmente, eram tirados do ar. (DOWNING, 2002: p. 196).

Jamming é uma gíria inglesa do verbo “to jam” derivada de vários significados, como confundir, deturpar e intervir. No entanto, o termo *culture-jamming* implica a reação emergencial de uma sociedade, de forma a sabotar a monopolização dos meios midiáticos através de manifestações lúdicas muito frequentes nos EUA e na Europa.

Com atitudes de *outsiders*², os *jammers* ou *adbusters* do Brasil, nomes que deram origem aos anticonsumistas especificamente de Londres, são artistas, educadores, estudantes, empreendedores e até mesmo publicitários, que mesclam elementos da arte moderna, ironia e ferramentas digitais, para infiltrarem-se no próprio meio, estimulando o cidadão a ir além da cultura opressora dentro da esfera pública onde está inserido, contra a conformidade social, numa perspectiva de participação.

² Indivíduos que não pertencem a um grupo determinado.

1.2 Estado de emergência nos canais midiáticos no Brasil

A *culture-jamming* se apresenta de várias formas no âmbito tecnológico brasileiro, mas não é de conhecimento de muitos ativistas sociais que a praticam ou que a confundem com gozações infundadas e gratuitas.

Militância em mídias sociais é o primeiro estudo sobre a rebeldia da opinião pública brasileira nas novas tecnologias para a Universidade de São Paulo (USP), principalmente no que diz respeito à concentração midiática de *jammers* na esfera virtual.

“O cidadão tem por direito o acesso à informação (transparente). Nós provamos que temos poder de nos mobilizar para representar os interesses dos consumidores nas decisões que nos afetam, ao invés de sermos excluídos dela como de costume (sic)”, defendeu o diretor da ONG Coletivo Digital³, Rodolfo Avelino, e militante da Campanha Banda Larga, um manifesto contra a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) pela internet barata, de qualidade e para todos.

A conscientização da esfera pública, que, por vezes, desconhece a origem e os ideais da contracultura, comparando-a a atos de vandalismo e do uso da força física, é necessária para a construção da identidade e compreensão do ativismo político contemporâneo, que se expande simultaneamente às tendências da informatização no país, principalmente às reinvenções de mídias sociais como Facebook, Twitter e YouTube, desmitificando-a de atos de marginalidade para uma ação defensiva do consumo consciente. A maioria dos *jammers* denomina a *culture-jamming* como “arte do cidadão”, e não propriamente uma ação de guerrilha comunicacional.

O ativista político norte-americano Noam Chomsky defende que as sociedades mais democráticas não podem usar facilmente a força física. “A propaganda representa para a democracia aquilo que o cassetete (isto é, a polícia política) significa para o estado totalitário.”⁴

³ Grupo constituído por entidades como Fundação Perseu Abramo, FATECandos.com e Rits, além de ativistas da rede em militância por software livre e inclusão digital.

⁴ Verbete de Noam Chomsky”. Op. Cit. “*Consenso Fabricado*”.

Inovadoras e criativas, as intervenções sociais têm se expandido com a proliferação das redes sociais no Brasil, tornando-se munições contra o poder. Contudo, a “arte do cidadão” visa criticar e questionar anúncios e fluxo de informação por meio de canais próprios ou apropriando-se de mídias alternativas e radicais, com o objetivo de articular diálogos entre si frente à opressão já relatada por Downing em sua obra:

“(…) 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, 2002: p. 50).

A rebeldia da expressão artística viabilizada pelos novos canais midiáticos na web coloca dominantes e dominados em um mesmo patamar, com poderes distintos, tendendo a enfraquecer a soberania de mandantes da comunicação, de modo a despir símbolos de ideais políticos e/ou interesses econômicos, a fim de revelar à sociedade civil os signos capazes de seduzir qualquer perspectiva da massa, ou seja, fazer enxergar além do “muro” que separa o ideal do real.

2. Preparar, Apontar e Compartilhar

Adepta ao conceito da contrainformação da mídia radical alternativa, a nova esfera pública aposta na instantaneidade dos canais midiáticos para retardar a indústria cultural de consumo. Inovadoras e criativas, as intervenções sociais têm se expandido

com a proliferação das redes sociais no Brasil, tornando-se novas opções de munição contra o poder.

Segundo o sociólogo brasileiro Sergio Amadeu da Silveira, todo mito serve a um fim, e o da neutralidade é o da expansão do poder tecnológico de grupos econômicos que controlam o conhecimento, suas fontes e os veículos de comunicação, cujas decisões estão embutidas nas topologias das redes e nos protocolos, códigos e padrões de comunicação.

No contexto contemporâneo, tornou-se possível evidenciar à esfera pública problemas obscurecidos por marcas, empresas ou produto, por menor que seja o prejuízo, expandindo-os na rede mundial em questão de segundos, ganhando espaço em outras mídias, como eletrônicas e impressas.

Idealizadora da campanha ativista “**É a Gota D’Água**”⁵, a ex-roteirista da TV Globo Maria Paula Fernandes afirma que o ativismo social pela Internet é uma tendência em expansão não só no Brasil, mas em todo o planeta. E ressalta a potencialidade dos mecanismos digitais na reconstrução da opinião pública no Brasil:

“A mídia social é o meio mais ágil, democrático e livre, e o movimento surgiu da necessidade de transformar indignação em ação. Apostamos nesta arrojada ferramenta de marketing para conscientizar a população das questões socioambientais, como (os danos da) construção da hidrelétrica de Belo Monte (sic)” – (Entrevista concedida ao autor em 20/11/2011)

2.1 Protestando conforme a rede

Atualmente, o Facebook, Twitter e YouTube tornaram-se canais preferidos de *adbusters* ou *jammers* por possuírem interface mais dinâmica e inteligível, maior abrangência de linguagem, nichos e sincronia com outras mídias. O primeiro chegou a ganhar as telonas, em 2010, com o longa-metragem *The Social Network (A Rede*

⁵ Ação ativista do Movimento Gota D’Água objetivando recolher um milhão de assinaturas para a paralisação das obras da usina hidrelétrica de Belo Monte na bacia do rio Xingu, no Pará, alertando sobre seus prejuízos à sociedade e ao meio ambiente.

Social), do diretor David Fincher, narrando a polêmica fundação e a repentina popularidade do site de relacionamento do empresário norte-americano Mark Zuckerberg.

Na vida mais que real, o Facebook soma 750 milhões⁶ de usuários ativos no mundo, sendo aproximadamente 31 milhões no Brasil, deixando o país na 11ª colocação no ranking de acessos liderado pelos EUA. Seu concorrente direto Orkut, pouco efetivo em ações de guerrilha comunicacional, aparece com 29 milhões. Já o Twitter, muito utilizado por usuários ativistas, segue crescendo, porém, com 14,2 milhões de membros únicos. Em seis anos de existência, o YouTube é o sexto site mais acessado no país. São 46,3 milhões de usuários que acessam regularmente a Internet, sendo 38% navegantes diários.

Bonin Bough, diretor global da Área Digital e de Mídias Sociais da PepsiCo, acredita que a digitalização da informação e inclusão digital têm possibilitado cada vez mais que indivíduos de comunidades menores tenham acesso ao que acontece no mundo, o que, para ele, justifica a transformação do perfil do homem do século 21.

“Realmente, a sociedade se adaptou ao mundo digital. Evoluiu. As organizações temeram o ‘boom’ das redes como Facebook e Twitter. Hoje em dia, até depois da morte, você continua ativo no ambiente virtual (sic)”, ressaltou o executivo durante o workshop “Inovadores ESPM”, ocorrido no último dia 17 de outubro, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo. (Entrevista concedida ao autor em 17/11/2011).

2.2 O descontrole da comunicação elitizada

O linguista estadunidense Noam Chomsky afirma que a manipulação do público se dá devido à “massividade” do consumo inquestionável, principalmente o da informação infiltrada nas redes. Não é preciso pensar, se alguém constrói parâmetros de realidade sociocultural, segundo ele. “A mídia serve aos – bem como propagandeia em

⁶ Os dados estatísticos das redes sociais no Brasil foram computados e divulgados pelo Ibope Nilsen Online, em agosto de 2011.

nome de – poderosos interesses sociais que a controlam e financiam” (CHOMSKY e HERMAN, 2003: p.11)

É contra a esta monopolização, extremamente poderosa, que ativistas resistem durante 365 dias do ano em favor da democracia e da acessibilidade da opinião pública, mas não a de elite, que, por ora, partilha dos mesmos interesses do estado dominante.

Chomsky e Eduard Herman acreditam estar qualificados para fornecer um modelo simples e eficaz que explica como funcionam os meios de comunicação preparados a atender a grande parte das exigências da propaganda de elite, no que diz respeito às atividades de norte-americanos no Terceiro Mundo.

Para John D. H. Downing a mídia radical alternativa serve a alguns precedentes, principalmente o de suporte e construção de uma rede de relações contrária às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência de estrutura de poder.

As atuações imprevisíveis do intelecto coletivo no Brasil, mais radicais que os movimentos sociais tradicionais, têm se munido da instantaneidade e do dinamismo da comunicação digital contra a dominação cultural de grandes corporações, causando interferência no diálogo persuasivo da comunicação elitizada à grande massa.

3. Atos simbólicos e estratégias infalíveis retardam o consumismo impensado

Muitos usuários de Internet estão aquém da cultura conservadora, principalmente os de redes sociais. Buscam “infotimento” (informação e entretenimento), quando não só lazer.

A *culture-jamming* nos canais midiáticos digitais tem estado a serviço de mobilizações caracteristicamente irreverentes e contestadoras, colocando o usuário como fator decisivo e determinante da mensagem central, fazendo-o se enxergar como cidadão ativo e assumir compromisso de responsabilidade social, no sentido de conscientização.

De acordo com o sociólogo brasileiro Sérgio Amadeu da Silveira, parte significativa da rede quer participar, interagir e se relacionar, construindo novos amigos ou novos aliados a partir do ciberespaço, das redes sociais.

É a partir de uma problemática social empática, esmiuçada por instrumentos lúdicos, que *jammers* mobilizam a integração do coletivo de diferentes credos, raças, sexos e orientações sexuais, para causas em prol da igualdade, contra a hegemonia.

“Temos poder de nos mobilizar para representar os interesses dos consumidores nas decisões que nos afetam, ao invés de sermos excluídos delas como de costume”, afirma Rodolfo Avelino.

3.1 Gente Diferenciada

O caso chamou a atenção do país e repercutiu em toda a imprensa.

Em maio de 2011, a Associação de Moradores do tradicional bairro de Higienópolis, em São Paulo, tentou impedir a construção de uma estação do Metrô na região, com uma moradora alegando à construtora responsável pela obra que o projeto atrairia “drogados, mendigos e ‘gente diferenciada’”. Os engenheiros acataram as reivindicações e, ao mesmo tempo, despertaram a indignação da sociedade paulistana, após a prefeitura decidir transferir a estação para o bairro do Pacaembu.

O repúdio à atitude da comissão de moradores e ao rótulo “Gente Diferenciada” imediatamente lideram os *Trending Topics*⁷ do Twitter. Em paralelo, criou-se no Facebook o evento virtual “Churrascão da Gente Diferenciada”, atraindo

⁷ Ranking dos assuntos mais discutidos no microblog Twitter, podendo ser medido por cidade, país ou hemisfério.

mais de 50 mil participantes. O criador do manifesto, o jornalista e ativista da rede Danilo Saraiva, de 24 anos, teve de reorganizá-lo, conduzindo os envolvidos para frente do Shopping Higienópolis. O protesto contou com cerca de 600 pessoas, churrasqueiras no meio da avenida, pagode, cerveja, espetinho de carne, farinha e varais com roupas penduras. Elementos artísticos em alusão ao rótulo “gente diferenciada”.

“Jamais imaginei essa repercussão, que uma simples brincadeira fosse causar esse ‘boom’ todo na Internet e se transformar num ato de reivindicação de uma sociedade que queria ir às ruas e protestar (sic)”, admitiu Saraiva. (Entrevista concedida ao autor em 17/11/2011).

Contudo, o linguista Noam Chomsky atribui a violência simbólica praticada pela mídia na distorção da cobertura noticiosa do papel de grandes dominantes na repressão ao chamado Terceiro Mundo, devido ao atrelamento desses veículos de comunicação de massa aos interesses e à ideologia das elites políticas e econômicas.

Perante o escândalo do caso Gente Diferenciada, que foi manchete⁸ de todos os meios de comunicação, a prefeitura municipal e a construtora recuaram da decisão, mantendo o metrô no endereço inicial.

3.2 É a Gota D’Água

A usina hidrelétrica de Belo Monte, considerada a maior obra do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), a ser construída no Rio Xingu com o discurso de que o país teria um acréscimo de 5% no potencial de geração de energia elétrica, para suprir necessidades da população e das indústrias, não condiziam com a realidade avistada por ativistas do Movimento Gota D’Água. De acordo com eles, seria uma fonte de impactos ambientais que prejudicaria toda a nação, principalmente os índios habitantes da região.

Para causar um estardalhaço sobre as impropriedades da obra, o movimento lançou no YouTube um vídeo viral, de cinco minutos, com celebridades da TV Globo conhecidas do grande público. Rapidamente, se espalhou pelo Facebook com o título **É**

⁸ Vide anexo

a **Gota D'Água**, no último dia 16 de novembro, convidando a sociedade digital a assinar uma petição contra a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte. Em menos de 24 horas, atraiu mais de 20 mil assinaturas, foi visualizado por mais de 25 milhões de internautas do YouTube. No YouTube e ocupou o topo dos *Trending Topics*.

Membros do Facebook curtiram, comentaram e compartilharam o vídeo na rede, sendo apoiado pelos atores globais Sergio Marone, Maria Paula, Letícia Sabatella, entre outros, em chat para promover a petição contra Belo Monte.

No dia seguinte, o vídeo “Movimento Gota D'Água - Senhora dos Absurdos” colocou em cena o ator comediante Paulo Gustavo na pele de uma socialite indignada com a manifestação contrária à obra, parodiando as intenções do governo na execução da usina, fortalecendo a campanha ciberativista e conquistando mais de 1,2 milhão de assinaturas.

Ferramentas de fácil usabilidade, como Compartilhar, Comentar e Curtir, propiciaram o estardalhaço repentino da campanha ativista, com artistas articulando com o espectador e entre si sobre os possíveis impactos ambientais causados pela hidrelétrica próxima ao rio Xingu.

A repercussão da iniciativa ganhou a atenção da imprensa mundial e o apoio dos atores hollywoodianos Leonardo Di Caprio e Daryl Hannah. Por outro lado, afastou entidades do consórcio, que temeram ter suas imagens arranhadas devido à parceria.

Segundo Maria Paula Fernandes, algumas instituições financeiras foram pressionadas a apoiar Belo Monte, e que agora são pressionadas pela legião de seguidores do movimento:

“Podemos reverter esta situação. O Bradesco, segundo o jornal ‘O Globo’, se desligou do consórcio, após a campanha estourar no Face, Twitter e YouTube, por não querer virar alvo de ataques. Alguns outros bancos ainda estão nessa por pressão e interesses políticos (sic)”, contou o ator Sergio Marone. (Entrevista concedida ao autor em 17/11/2011).

Todavia, questiona-se se o montante de assinaturas, além de todo o estardalhaço promovido nas mídias sociais, convencerá a presidente da República Dilma Rousseff a reaver os interesses políticos e econômicos obscurecidos por esta campanha, dando legitimidade à nova esfera pública.

4. Ciberativismo: a *culture-jamming* no Brasil remodelando a sociedade

Os protestos ou rebeldias digitais em terras tupiniquins têm criado fórmulas tão singelas quanto infalíveis ao encontro de resultados expressivos e notórios em todo o país, à frente de causas de comoção nacional, buscando a formação de uma nova esfera pública e a construção de um Estado igualitário. São indivíduos que evoluem conforme o progresso da tecnologia de informação e uma época.

Não há dúvida de que a arte performática desenvolvida por *jammers*, com viés social aliado a tecnologia de ponta, contribuiu para a pluralidade do midiativismo no Brasil, haja vista a prática da *culture-jamming* como modelo de mídia radical alternativa de oposição ao sistema, assim reconhecido por Downing.

"Seus interesses mais imediatos estão em contestar as estruturas e vieses da mídia comercial e construir representações alternativas da experiência e da realidade sociais." (DOWNING, 2002: p. 406).

É a “arte do cidadão” das tradicionais intervenções de rua, sendo impulsionada em um ambiente *high tech*, de maior concentração midiática, que torna as mídias sociais uma potência em comunicação colaborativa, onde pessoas não estão exclusivamente à disposição do entretenimento, mas a favor da informação límpida e do bem-estar social. No entanto, sempre haverá um ser pensante e executor da ação enquanto existir o espectador puramente consumista.

Existem duas ‘funções’ numa democracia. A classe especializada, dos homens responsáveis, cuida da função executiva, o que significa que tratam de pensar, planejar e entender os interesses comuns. Há ainda o rebanho assustado, que tem também uma função na democracia. (CHOMSKY, 2003: p. 16).

Considerações Finais

A atual política brasileira pode ser empalhada em um futuro bem próximo devido ao surgimento de uma nova democracia e opinião pública, que não mais tolera promessas, não finge acreditar em benfeitorias infundadas e que não se comporta com um primata da nova era. Parte da sociedade que se vê hoje é plural e capaz de discutir e colaborar sobre os interesses do povo.

Ferramentas online em potencialidade no país têm modelado e revelado novos cidadãos: consumidores conscientes e ativos. O dinamismo do ciberespaço e os inúmeros recursos oferecidos pelas redes sociais contribuíram para a informatização da *culture-jamming* e o surgimento de ciberativistas.

Obviamente, o acesso à Internet não comporta todos os indivíduos que detêm os mesmos direitos de uma sociedade midiática, mas os manifestos populares promovidos em canais digitais em expansão no país, de potencial transformador, têm despertado o cidadão a enxergar além do “espelho” da indústria cultural de consumo. Os mistérios imperceptíveis pelo “espelho”, porém, revelados pela nova opinião pública, têm acordado a parcela de excluídos digitais no país, trazendo-os espontaneamente para o mundo real, no sentido de transformar indignação em ação e rebeldia artística em Estado democrático, valendo-se de um simples clique capaz de abalar a hegemonia de um grupo e reaver um processo “blindado” à massa em questão de minutos.

Grupos hegemônicos não só instalam conceitos à esfera pública. Sugerem. A rede tem criado uma nova realidade a passos curtos, possibilitando uma comunicação horizontal para a formação de uma sociedade colaborativa, com pessoas ativas usufruindo elementos e mecanismos informatizados que facilitam a vida coletiva em um espaço também habitado por comunicadores dominantes. Isto é, dominantes que não se enquadram no próprio discurso são repreendidos em um canal tradutor de mensagens maquiadas.

Em suma, este artigo compreendeu os fenômenos de comunicação em massa e para massa capazes de estabelecer uma nova ordem social por meio da rebeldia brasileira nas novas mídias digitais.

Bibliografia Referencial

- CHOMSKY, Noam. **Controle da Mídia - Os espetaculares efeitos da propaganda**. Rio de Janeiro: Graphia, 2003
- CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. **Manipulação do público: A política e poder econômico no uso da mídia**. Nacional: Futura, 2003
- DOWNING, John H. D. **Mídia radical: Rebeldia nas comunicações e nos movimentos sociais**. Nacional: Senac São Paulo, 2002
- GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005
- TOSCANI, Oliviero. **Publicidade é um cadáver que nos sorri**. Nacional: Ediouro, 1996

Artigos / Blogs

- ADBUSTERS. **Vandalismo é Arte**, disponível em <http://www.bravus.net/adbusters-vandalismo-e-arte>, acessado em 13/11/2011
- AVELINO, Rodolfo. **Coletivo Digital**, disponível em www.coletivodigital.org.br, acessado em 17/11/2011
- CURY, João Wady. **Cultura consumista está acabando com o planeta**, disponível no site <http://integras.blogspot.com/2008/11/cultura-consumista-est-acabando-com-o.html>, acessado em 22/09/2011
- DINIZ, Juana Ribeiro. **Culture Jamming – Ativismo e contra-hegemonia**, disponível no site http://www.eca.usp.br/caligrama/n_10/05_diniz.pdf, acessado em 15/10/2011
- GOTA D'ÁGUA, Movimento. **É a gota d'água**, disponível em <http://movimentogotadagua.com.br/>, acessado em 16/11/2011
- IBOPE. **Total de pessoas com acesso à internet atinge 77,8 milhões**, disponível em http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalI BOPE&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=C2A2CAE41B62E75E83257907000EC04F, acessado em 02/11/2011
- SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Blog do Sergio Amadeu**, disponível em <http://samadeu.blogspot.com>, acessado em 25/10/2011

ANEXOS E APÊNDICES

Anexo 1

Movimento Gota D'Água

A roteirista Maria Paula Fernandes e o ator Sergio Marone, idealizadores do Movimento Gota D'Água, contam como e por que surgiu o manifesto contrário à construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, no Pará.

Autor - A princípio, o que o movimento pretendia com a campanha? Tinha dimensão das consequências?

Maria Paula - O Movimento Gota D'água surgiu da necessidade de transformar indignação em ação, promover a discussão na sociedade sobre questões socioambientais, como os danos causados com a construção da hidrelétrica de Belo Monte. Acreditávamos no poder de comunicação das redes sociais, mas o resultado foi muito acima do esperado. Nossa ideia inicial era atingir um milhão de assinaturas em fevereiro ou março, e éramos tratados como otimistas, quase ingênuos. Vejam este resultado eletrizante, vertiginoso, sensacional. Sabe aquela história: sem saber que era impossível, ele foi lá e fez? Acho que a leitura é um pouco essa.

Sergio – O grupo é independente e não tem qualquer envolvimento político. O elenco global doou a imagem para fazer a ação em prol de um bem comum socioambiental.

Autor - Por que optar por mídias sociais para abordar um tema de interesse público, já que a maioria da população brasileira consome o que vem da TV e do rádio?

Maria Paula - A mídia social é o meio ágil, democrático, livre. Nosso movimento é independente e espontâneo, e, por isso, faz da mídia social nossa ferramenta natural. A ideia surgiu de um curso de transmídia, que toma emprestado valores da comunicação para fazer marketing. Nós fizemos a meia volta, apostamos nesta arrojada ferramenta de

marketing para conscientizar a população sobre questões socioambientais. Do nosso ponto de vista, a mídia tradicional é consequência.

Autor - Acreditam que movimentos sociais pela Internet são tendências - diga-se de passagem, efetivas - no Brasil?

Maria Paula - Sim, é o caminho mais rápido, gratuito já adotado no mundo inteiro. O vídeo “Vote + 5”⁹ nos chamou a atenção justamente por isso e resolvemos assumir esta inspiração, dando o devido crédito aos seus idealizadores e enviando uma cópia do nosso trabalho para o Leonardo Di Caprio.

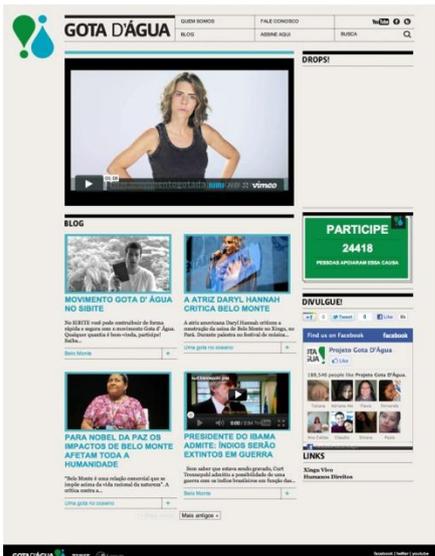
Sergio - A Internet, hoje, proporciona conscientizar as pessoas por mais distante que estejam, em tempo hábil, sobre o que há por trás do que é vendido. Podemos reverter esta situação. O Bradesco, segundo o jornal ‘O Globo’, se desligou do consórcio, após a campanha estourar no Face, Twitter e YouTube, por não querer virar alvo de ataques. Alguns outros bancos ainda estão nessa por pressão e interesses políticos.

Autor – E hoje, com o “boom” causado na rede, qual é a meta?

Maria Paula - Nossa meta, agora, é sensibilizar a presidente Dilma (Rousseff), para quem fizemos o vídeo, para parar esta obra e discutir com a sociedade a política energética brasileira. Este assunto é muito importante e urgente para passar ao largo da discussão.

Sergio – Estuda-se (fazer) um flash mob “Com o meu dinheiro, não!”, pois a população é que tem que decidir como, com o que e com quem seu dinheiro deve ser gasto. E não é com a bela natureza da região do Xingu, onde não cabe hidrelétrica que ameaça o nosso clima e a nossa sociedade, que o dinheiro tem que nos ser retirado sem a nossa autorização.

⁹ Título oficial: “Don’t Vote” (“Não Vote”). Campanha lançada no YouTube, engajada por astros e estrelas de Hollywood, ironizando a frase em questão para conscientizar a população norte-americana sobre a importância do voto nas eleições presidenciais de 2008 nos Estados Unidos, a maior de todos os tempos.



Campanha: “É a Gota D’Água”

Mídia: Facebook, Twitter e YouTube.

Elenco: Juliana Paes, Sergio Marone, Letícia Sabatella, Malvino Salvador e outros.

Ano: 2011

Resultado: APROVADO



Campanha: “Don’t Vote

Mídia: YouTube, Twitter.

Elenco: Leonardo Di Caprio, Tom Cruise, Jennifer Aniston, Justin Timberlake e outros.

Ano: 2008

Resultado: APROVADO

1) Repercussão

FOLHA.com VEJA O TEMPO EM MAIS CIDADES 18°C 23°C VEÍCULOS IMÓVEIS EMPREGOS NEGÓCIOS NEWS IN ENGLISH NOTÍCIAS EN ESPAÑOL

NOTÍCIAS PODER MUNDO MERCADO COTIDIANO ESPORTE ILUSTRADA F5 CIÊNCIA TEC FOLHA DE HOJE FOLHA DIGITAL ASSINE A FOLHA

AMBIENTE BICHOS BLOGS CELEBRIDADES COLUNISTAS COMIDA EQUILÍBRIO E SAÚDE FOLHATEEN FOLHINHA ILUSTRÍSSIMA REVISTA SÃO PAULO SABER TURISMO

HORÓSCOPO TRÂNSITO FOLHAINVEST INDICADORES GUIA E-MAIL FOLHA ASSINANTES ERRAMOS TV FOLHA FOTO RÁDIO FOLHA ACERVO FOLHA

EM CIMA DA HORA Vice-presidente dos EUA condena censura da internet em Istambul

mercado

Link: <http://folha.com/no10C>

16/11/2011 - 17h53

Globais gravam vídeo de protesto contra Belo Monte

DE SÃO PAULO PUBLICIDADE

Recomendar 1 mil 15

Artistas globais gravaram um vídeo de protesto contra a construção da usina de Belo Monte, no rio Xingu (PA). No vídeo, atores como Juliana Paes, Cissa Guimarães, Eriberto Leão, Bruno Mazzeo, Marcos Palmeira e Maitê Proença, entre outros, questionam a viabilidade da usina.

Confira o vídeo:

Movimento Gota D'água

Folha de S. Paulo no Facebook

669,343 pessoas curtiram Folha de S. Paulo.

Michelle Aline Samires Fer Silvia Jorge

as últimas que você não leu

- 1.

veja BUSCAR ACERVO DIGITAL ASSINE veja

Notícias Temas Vídeos e Fotos Blogs e Colunistas

Reinaldo Azevedo Lauro Jardim Augusto Nunes Diogo Mariani Ricardo Setti Tony Belotto Todos os colunistas

PC SQUADRA COMANDA O MTV GAMES TODA SEXTA, 21H30. PARTICIPE

/ Blogs e Colunistas

Assine o Feed RSS Saiba o que é BUSCAR NO BLOG

Coluna do Augusto Nunes

Com palavras e imagens, esta página tenta apressar a chegada do futuro que o Brasil espera deitado em berço esplêndido. E lembrar aos sem-memória o que não pode ser esquecido.

Direto ao Ponto | História em Imagens | Entrevista | Baú de Presidentes | Sanatório Geral | O País quer Saber | Homem Sem Visão | Feira Livre

Movimento Gota D'Água

18/11/2011 às 21:39 | O País quer Saber

Os artistas que contestam a usina não têm nada a dizer sobre a corrupção impune?

Decidido a paralisar as obras da usina hidrelétrica de Belo Monte, no Pará, o Movimento Gota D'Água recorreu a uma fórmula tão singela quanto infalível: um recado conciso e direto, um elenco de celebridades globais e um vídeo de 5 minutos distribuído pela internet. Quem assiste ao filme é convidado por rostos e vozes familiares a assinar uma petição que reivindica a interrupção do projeto — e conseguir a adesão de mais dez amigos. Milhares de assinaturas colhidas em 24 horas confirmaram o sucesso da ideia. Sempre funciona.

Também por isso, o país quer saber: o que esperam as mesmas celebridades para juntar-se num vídeo que estimule os brasileiros a mobilizar-se contra a corrupção impune?

PRAZER DE DIRIGIR UM BOM NEGÓCIO

DESTAQUES UNHATE

SANATÓRIO GERAL "Ele esperava reverter a decisão da comissão. Ele tem mostrado claramente que vai resistir e que não quer sair"

MUSIC VIDEOS | FULL EPISODES | TV SCHEDULE | ARTISTS A-Z | MOVIE TRAILERS | STYLE | ONLINE GAMES | MOBILE | SHOP

MUSIC | SHOWS | NEWS | MOVIES

This week's artist **KINA GRANNIS**

RISADA GARANTIDA
OU SEUS CLIQUES DE VOLTA.

comedycentral.com.br

comedycentralbr

TOP STORIES 1 of 4

Taylor Swift Cozies Up To Zach Gilford In 'Ours' Video

Nicki Minaj's 'Roman In Moscow' Is 'Bomb'

Michael Jackson Doctor Conrad Murray Files Appeal

Oct 29 2008 2:45 PM EDT 9,028

Leonardo DiCaprio, Justin Timberlake, Usher, More Encourage Voting With '5 More Friends' Video

PSA sequel also features Scarlett Johansson, Shia LaBeouf, Neil Patrick Harris, Ellen DeGeneres.

By Jocelyn Vena (@jocelyn1212)

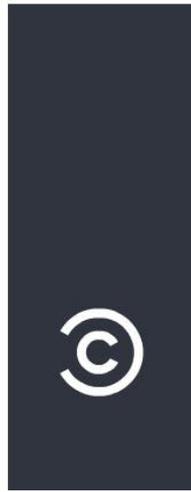


Leonardo DiCaprio in his PSA "5 More Friends"

Photo: Apian Way

Earlier this month, [Leonardo DiCaprio](#), along with a slew of his A-List friends, urged people to register to vote, with a PSA called "5 Friends." Well, DiCaprio et al are back to remind everyone to actually get out to the polls in the new PSA "5 More Friends," which includes some familiar faces from the original, like [Ellen DeGeneres](#) and [Usher](#), as well as some average American voters.

The clip begins with celebrities — everyone from [Harrison Ford](#), [Scarlett Johansson](#), Tom Cruise and [Shia LaBeouf](#) to [Neil Patrick Harris](#), [Julia Roberts](#), [Ben Stiller](#) and [Will Smith](#) — going against the original PSA's mock message. In the new video, the stars are stunned to hear that they're supposed to urge Americans not to vote. When Tom Cruise asks, "Don't vote? Now, what do you mean 'Don't vote?'," director [Steven Spielberg](#) explains to the actor that, just like the last ad, this one will eventually list all the reasons why Americans *should* vote. Spielberg then asks the celebs to sound more sarcastic, to which [Justin Timberlake](#) responds, "I can do anything. I use a hot head. OK?"



Anexo 2

Gente Diferenciada

O jornalista Danilo Saraiva, criador do evento virtual que deu vida ao “Churrascão da Gente Diferenciada” surpreende-se com o poder e os efeitos das mídias sociais hoje no Brasil.

Autor: Por que você decidiu criar um evento no Facebook para parodiar o caso?

Danilo: Na verdade, isso começou sem pretensões. Foi uma brincadeira mesmo, mas consciente. Um momento de indignação onde você tem que rir pra não chorar, digamos assim (risos).

Autor: Não sabia das consequências?

Danilo: Jamais imaginei essa repercussão, que uma simples brincadeira fosse causar esse ‘boom’ todo na Internet e se transformar num ato de reivindicação de uma sociedade que queria ir às ruas e protestar. Mas valeu muito a pena, pois conseguimos chamar a atenção até de quem estava de fora das redes sociais, para participar do ato.

Autor: De certa forma, a mobilização conseguiu manter a estação no bairro, contrariando os moradores. É uma nova opinião pública que está surgindo?

Danilo: Ôh! Fizemos democracia em Higienópolis. Ali, pessoas trabalham ou estudam também. Eles pensaram só neles e esqueceram do resto do mundo. O poder se compra neste país. Mas temos que abrir a boca, reivindicar, sim, se quisermos ter uma sociedade mais democrática.



Campanha: Churrascão da Gente Diferenciada

Mídia: Facebook e Twitter

Público ativo: 600 pessoas

Ano: 2011

Resultado: APROVADO

1) Repercussão

Facebook – Convite virtual atraindo mais de 50 mil pessoas

Arte desenvolvida por *jammers* em alusão à estação do Metrô para “Gente Diferenciada”.

facebook

Procurar

CHURRASCÃO DA GENTE DIFERENCIADA

Você Presente · Compartilhar · Evento público

Hora: sábado, 14 de maio · 14:00 - 22:30

Localização: Em frente ao Shopping Higienópolis
Avenida Higienópolis, 618 · A partir das 14h (A CONCENTRAÇÃO SERÁ NA PRAÇA VILABOIM)

Criado por: Danilo Saravia

Mais informações: Nesta terça-feira (10), a associação do bairro de Higienópolis conseguiu que o governo impedisse as obras da estação Higienópolis, na avenida Angélica, acreditando que tal construção acarretaria na chegada de um "público diferenciado" ao bairro, promovendo a degradação de suas ruas sagradas e aumentando assim o número de ocorrências policiais. "Prevaleceu o bom senso", declarou o presidente da entidade Defenda Higienópolis, o em...
Ver mais

Compartilhar: Publicação Link Foto Vídeos

Escreva alguma coisa.

43.013 confirmaram presença Ver todos

UOL Notícias • Cotidiano

Carros | Ciência e Saúde | Cotidiano | Economia | Educação | Empregos | Folha | Internacional | Jornais | Loterias | Política

Sabe por que às vezes é preciso fazer um desligamento programado da rede elétrica por um breve período?

13/05/2011 - 07h02

Psicóloga que mora em Higienópolis nega autoria do termo "gente diferenciada"

Ana Paula Rocha
Do UOL Notícias
Em São Paulo

Tweet 0 | Recomendar | Seja o primeiro de seus amigos a recomendar isso. | Comentários 32

"Vai ser praça de maconheiro", diz moradora de Higienópolis

Uma frase da psicóloga Guiomar Ferreira, 56, virou o centro da polêmica sobre o metrô em Higienópolis. Mas ela alega que foi mal interpretada.

"Eu não uso metrô e não usaria. Isso vai acabar com a tradição do bairro. Você já viu o tipo de gente que fica ao redor das estações do metrô? Drogados, mendigos, uma gente

colunistas

Tamanho do texto A- A+

Faça seu comentário | Leia os comentários | Compartilhe | Imprimir | RSS | Celular

12/05/2011 - 10:23 - ATUALIZADO EM 13/05/2011 - 16:38

O metrô e sua gente diferenciada

0 Tweet 50 Compartilhe 1.154 Curtir 1.154 pessoas curtiram isso. Seja o primeiro entre

RUTH DE AQUINO



RUTH DE AQUINO é colunista de ÉPOCA raquino@edglobo.com.br

Não quero metrô perto de casa porque... bem, porque não preciso. Tenho carro e motorista. A minha família tem vários carros. Com o metrô ao lado, o bairro se degrada, se adensa. Somos mais abordados por pessoas flutuantes. Vem uma gente diferenciada de outros lugares. Vem drogado, mendigo, camelô. E com isso mais roubo, mais violência. Quem pensa e fala assim é uma minoria não esclarecida e barulhenta da zelite do Sudeste. Haja preconceito, egoísmo e ignorância.

O vocabulário e os argumentos são tão toscos e tortuosos que o movimento contra o metrô em áreas chiques de São Paulo e do Rio de Janeiro virou motivo de chacota na internet. Um churrascão com farofa, cachaça e som portátil foi convocado para este fim de semana em frente ao Shopping Higienópolis, bairro paulistano elegante de 55 mil moradores. É um protesto popular contra a cegueira de alguns.

O estopim foi o plano de mudar a estação prevista na esquina da Rua Sergipe com a Avenida Angélica, a principal do bairro. Em agosto do ano passado, a psicóloga Guiomar Ferreira, de 55 anos, há 25 em Higienópolis, comprava vinho quando resolveu abrir a boca: "Eu não uso metrô e não usaria. Isso vai acabar com a tradição do bairro. Você já viu o tipo de gente que fica ao redor das estações do metrô? Drogados, mendigos, uma gente diferenciada."

O site de ÉPOCA mudou



Acesse o novo site

Quem dá valor a cada real ganha aproveita o Benefício Fiscal da previdência PGBL da CAIXA.

BUSCAR

PARA VIVER UMA NOITE INESQUECÍVEL. PASSE O MOUSE

black ECONOMIA DE MAIS DE R\$ 800,00 PUBLICIDADE

• AGORA NO ESTADÃO •

POLÍTICA: PDT abandona Lupi e Dilma diz que será 'objetiva'

SÃO PAULO: Atrasado, novo Largo da Batata ficará pronto só em 2013

ANA PAULA PADRÃO: 'Ainda é difícil ver mulher em cargos altos', diz a jornalista

TRÁFEGO AÉREO: Distância entre aviões no céu do País cai pela metade

EX-JOGADOR: Sócrates é internado com infecção intestinal

FLÁVIA GUERRA Na perifa

SEM CATEGORIA

11 maio 2011 18:09:59

Churrascão da Gente Diferenciada. Ou "nós vamos invadir sua praia, Higienópolis"



black A NOITE É BLACK SURPREENDA-SE



PUBLICIDADE

Rio de Janeiro (Galção) Brasília

TAM Trecho a partir de **R\$ 98,00***

*Para viagens de ida e volta com antecedência mínima de 30 dias e permanência mínima de 2 dias no destino. Sujeito a disponibilidade de assentos.

Ancelmo.com
a turma da coluna

Rio, 3 de dezembro de 2011

BUSCA OK

A TURMA DA COLUNA

Blogs

 **Plumas, paetês e um pouco mais**
Por Rafaela Bastos

 **Poucas Palavras**
Por Gabriel Souza

Enviado por Aydano André Motta - 11.05.2011 | 21h40m

CONTRA O PRECONCEITO

Gente diferenciada

O babado do dia, na rede de computadores, é a história da "gente diferenciada", a definição adotada por uma moradora de Higienópolis, bairro dos bacanas paulistanos, para definir os seres humanos que usam metrô - "mendigos e camelôs", como ela mesma complementou.

Para você aí, que não sabe da história: a prefeitura acatou um abaixo-assinado de gente da região, e trocou de lugar uma estação, determinando que ela será em frente ao estádio do Pacaembu. Os endinheirados de Higienópolis, espécie de Leblon sem praia, são os únicos habitantes das grandes cidades do mundo que não querem o metrô perto de casa.

A expressão da moradora deflagrou um movimento que incendiou as redes sociais. No Facebook, até agorinha há pouco, mais de 25 mil pessoas confirmaram presença no

DATAÇOIS

Você acha que os adeptos dos outros times cariocas vão torcer pelo Vasco domingo? Você acha que os torcedores de outros times paulistas vão entrar na corrente pelo Corinthians?

Sim, mas só o Rio vai se unir pelo Vasco.

Sim, mas só São Paulo vai se unir pelo Corinthians.

Não. Nem cariocas vão se unir pelo Vasco; nem