

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
PROPOSTA DE PESQUISA

MOVIMENTOS SOCIAIS E PROTESTO CRIATIVO

LINHA DE PESQUISA:
MÍDIA E PROCESSOS SOCIOCULTURAIS

ÉRICO GONÇALVES DE ASSIS

Porto Alegre, outubro de 2003

1. Tema

O tema apresentado é a série de novas práticas, identificadas aqui como táticas de *protesto criativo*, adotadas pela rede de movimentos sociais do mundo contemporâneo. Serão analisados diferentes movimentos em nível global que representem estas novas atuações e sua penetração no imaginário mundial.

2. Título

“Movimentos Sociais e Protesto Criativo”

3. Justificativa

Nos movimentos sociais contemporâneos, é visível a preocupação em desenvolver novas táticas de ação sobre as diferentes realidades injustas que enfrentam. Seja em grupos de combate ao consumismo, de crítica aos caminhos anti-sociais da globalização, de demanda da reforma agrária, de proteção do meio-ambiente, de luta contra a concentração de poder na mídia, ou outros, encontra-se presente a busca por criar alternativas de comunicação/manifestação que lhes dêem visibilidade e poder político para alcançar seus objetivos.

Percebe-se que a mentalidade do piquete, da manifestação inflamada e da violência rapidamente se esvai. Sua repetição constante acabou por diminuir sua força. Refletindo mudanças no próprio discurso político da direita e na moral contemporânea, os manifestantes procuram uma nova visão do que é e como se pode ser ouvido, entendido e alcançar seus objetivos de transformação social.

As táticas que, para os fins deste trabalho, serão chamadas de *protesto criativo* apresentam-se como uma das alternativas mais fortes entre as estratégias de comunicação dos engajados. O protesto criativo envolve uma necessidade constante de reformar a estética das manifestações, numa tentativa de apagar a carga estereotipada dos movimentos e fazer suas mensagens chegarem a públicos que de outra forma permaneceriam impassíveis. Para isso, os manifestantes utilizam-se de estratégias que envolvem tanto uma organização comunicacional moderna, absorvendo práticas do marketing, da publicidade e propaganda e das relações públicas, quanto um lado

artístico-transgressor. O ataque a seus adversários se dá totalmente no plano ideológico, no intuito final de influir sobre suas configurações concretas.

Esta estratégia está nas manifestações da organização Greenpeace ao redor do mundo, que envolve não só as ações teatrais em usinas nucleares e outros locais representativos, mas toda uma organização corporativa de comunicação integrada e ação em diferentes fronts - político, tecnológico, educacional - para preservar o meio-ambiente. Está no movimento *culture jamming*, descentralizado e disseminado pelo mundo como a prática de interferir em peças publicitárias, inserindo novos elementos em outdoors, criando novas peças que parodiem campanhas e alterando o sentido das mensagens¹. Está nas manifestações de jovens contra organismos internacionais, como as de Seattle, Praga, Gênova, Washington e Québec, onde a maioria pacífica cria slogans, cartazes, bonecos e toda uma estrutura organizada de manifestação para criticar organismos internacionais como a Organização Mundial do Comércio, o Banco Mundial e o G-7². E nos diversos grupos organizados que desenvolveram uma partida do jogo “Banco Imobiliário” usando a cidade de Londres como tabuleiro em 1º. de maio de 2001³.

No Brasil, está nas frases coladas em outdoors das campanhas eleitorais em 2002⁴; na manifestação do Movimento dos Sem Universidade, vestidos como formandos universitários e levantando abacaxis em frente à Assembléia Legislativa de São Paulo⁵; em todas as intervenções promovidas por partidos políticos, sindicatos ou pelo Movimento Sem Terra, que envolvem fantasias, bonecos, teatro de rua e outros elementos de festa e humor para divulgar mensagens políticas; em grafites e cartazes dispersos pelas grandes cidades, que questionam a política, o consumo, a guerra e outras discussões⁶; está inclusive, em outra escala, na cena dos deputados federais brasileiros

¹ KLEIN, 1999, 279-309; Downing, 2002, 196-197.

² A partir de descrições em Gohn, 2002, Ludd, 2002, e Chrispiniano, 2002.

³ Sussman, 2001, publicação em periódico.

⁴ Em <http://noticias.terra.com.br/eleicoes/interna/0,5625,OI51462-EI384,00.html> (publicado em 18/09/2002; acesso em 26/10/2003) é noticiado que “um eleitor cearense respondeu a uma pergunta do presidencialista José Serra (PSDB) no próprio outdoor do candidato na Avenida Alberto Sá. O anúncio pergunta: ‘Lembra do Programa Saúde da Família?’. O eleitor colocou uma faixa logo abaixo da pergunta com a seguinte resposta: ‘Lembro. Meu tio morreu na fila.’” Há uma fotografia do outdoor disponível em <http://gazetaonline.globo.com/anterior/021011/fotos/hugo1.jpg> (acesso em 26 de outubro de 2003).

⁵ Em <http://www.estado.estadao.com.br/editorias/2003/10/02/ger020.html> (publicado em 02/10/2003; acesso em 28/10/2003), é noticiado que “integrantes do chamado Movimento dos Sem-Universidade subiram a rampa da Assembléia Legislativa ontem com abacaxis que entregaram a deputados da Comissão de Educação. Eles querem maior isenção de taxas de inscrição para vestibulares a estudantes carentes.” Há uma fotografia da manifestação disponível no mesmo endereço.

⁶ Sobre a utilização politizada do grafite, ver Downing, 2002, 174-176.

da Frente Parlamentar da Saúde vestidos com uniforme de cirurgiões em protesto contra o desvio das verbas do seu setor⁷.

Vista a presença da tática em diversos cenários dos movimentos sociais contemporâneos, sua força como fenômeno recente e crescente na sociedade global, sua relação com discussões atuais na área de Comunicação e Poder, a falta de tratamento adequado do tema pelos círculos de pesquisa e a importância política do desenvolvimento crítico dos movimentos que se utilizam destes protestos, apresenta-se a relevância deste trabalho para a área de Mídia e Processos Socioculturais.

Cabe mencionar que um estudo do caso de uma organização que se utiliza das táticas de protesto criativo, a canadense Adbusters Media Foundation, foi realizada por este autor como trabalho de conclusão de curso na graduação em Comunicação Social, durante período de um ano entre 2001 e 2002.

4. Objetivos

O estudo deverá delinear as características do protesto criativo e determinar sua eficiência ou deficiência como estratégia de manifestação dos movimentos de esquerda no cenário político da globalização.

Tem-se como objetivos secundários:

- identificar diferentes vertentes dos movimentos que se utilizam do protesto criativo entre a esquerda contemporânea;
- identificar outras táticas de comunicação adotadas por movimentos de esquerda atual;
- construir um referencial histórico do protesto criativo, buscando determinar influências que construíram o movimento presente;
- verificar a penetração das estratégias de protesto criativo no imaginário global;
- observar todos estes pontos, restringindo-se ao cenário brasileiro.

5. Metodologia

Será feito um levantamento das táticas que caem sob a definição de protesto criativo, verificando em que nível elas estão inseridas nos movimentos analisados. O

⁷ Em reportagem de capa do jornal Folha de S. Paulo, edição de 23/10/2003: “Bisturi nas verbas: Deputados da Frente Parlamentar de Saúde protestam no plenário vestidos com aventais e toucas cirúrgicas contra intenção do governo de usar parte da verba do setor para custear os programas de combate à pobreza.”

estudo da eficácia deste modelo partirá de um levantamento histórico, a partir de pesquisa bibliográfica. O levantamento deverá constatar se existe uma consolidação histórica destas táticas, bem como alguma teorização acerca dos movimentos que delas se utilizaram, e servir de referencial para os movimentos atuais que serão analisados.

Estes movimentos contemporâneos serão acompanhados caso a caso, num esquema constante de observação através de frentes como a Internet, imprensa convencional e alternativa e entrevistas pessoais com seus representantes. As entrevistas deverão identificar se existe um desvio intencional para o protesto criativo entre os manifestantes, e como estas táticas são vistas pelo lado de dentro nas organizações engajadas.

Entre as organizações que podem participar desta observação estão dezenas de instituições dedicadas a diferentes questões, como a Adbusters Media Foundation, a Akatu, a ATTAC, o Black Block, a Earth First!, o Exército Zapatista de Libertação Nacional, a Greenpeace, o Movimento dos Sem Terra, a Paper Tiger Television e o Reclaim the Streets. Alguns casos específicos, dentre os listados, serão escolhidos ao longo do desenvolvimento do projeto de dissertação, levando em conta principalmente uma diversidade de interesses que sejam unidos apenas pela prática conjunta do protesto criativo.

A partir deste estudo empírico e de uma construção teórica - utilizando-se tanto de autores contemporâneos quanto outros que tenham analisado movimentos no passado -, se dará a sistematização do conhecimento e a construção da dissertação.

6. Fundamentação Teórica

Na concepção contemporânea da atuação dos movimentos sociais, a contribuição de John Downing é a que melhor define o funcionamento de novas táticas de manifestação. Sua conceituação (2002: 21) de *mídia radical* abarca todos os movimentos que o presente trabalho almeja analisar. “Com o termo mídia radical, refiro-me à mídia - em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes - que expressa uma visão alternativa às prioridades, políticas e perspectivas hegemônicas.”

Downing lembra também como o movimento contemporâneo ganha novas potencialidades ao não ser reprimido da forma que movimentos de décadas passadas foram. No mundo capitalista, a nova moral abriu espaço para a discordância, para o discurso contrário, pois os mecanismos de repressão se transformaram. O desprezo às formas violentas (Downing, 2002: 45-50) de ataque aos movimentos sociais surge em

função das novas táticas que também desprezam a violência, por parte dos próprios movimentos.

Manuel Castells (1997: 161) foi dos primeiros a teorizar a tendência ao abandono da mentalidade belicosa entre os manifestantes contemporâneos. A partir do movimento ambientalista, ele analisa que “a tática de ação direta sem uso de violência (...) forneceu bom material para reportagem, principalmente considerando-se que os noticiários sempre exigem imagens novas.”

Também vem de Castells (1997: 426) a contribuição em identificar o aspecto difuso ou em rede dos movimentos sociais, considerado essencial a estes: “a forma de organização e intervenção descentralizada e integrada em rede (...), refletindo a lógica da dominação da formação de redes na sociedade informacional e reagindo a ela.” Os movimentos absorvem táticas (e tecnologias) que surgiram com o intuito de beneficiar, na verdade, seus adversários.

Esta apropriação das novas tecnologias de comunicação é de suma importância. Um dos pontos de virada que possibilitou a aquisição de novas táticas pelos movimentos sociais foi a popularização do computador pessoal nas décadas de 1980 e 1990, seguida pelo deslanchar da Internet na última. Softwares de produção gráfica de uso caseiro propiciam aos manifestantes uma forma de se adequar à estética contemporânea da imagem, como exemplifica o ativista Rodriguez de Gerada em entrevista a Naomi Klein (1999: 285-286), analisando seu trabalho de intervenção em outdoors e criação de peças publicitárias que parodiam anúncios existentes:

conheço tantas técnicas que faço parecer que todo o anúncio foi reimpresso com a nova mensagem, diferente do que seria se alguém tentasse fazer a mesma coisa com uma lata de spray (...) É a isso que a geração MTV se acostumou – tudo é chamativo, tudo é brilhoso e limpo. Se você se dedicar a fazer algo bonito, sua mensagem não vai passar em branco⁸

Estes elementos de estética das manifestações - trocar a faixa pintada à mão pelo cartaz produzido no computador, vestir uma fantasia ao invés de amarrar o lenço no rosto para ocultar a identidade, fazer teatro e não jogar pedras - brincam com o estereótipo da ação política, arraigado às imagens do povo gritando na rua e do discurso inflamado no palanque, entre outras. Esta opção por privilegiar o lúdico (mas ainda organizado) no lugar do violento visa transformar a percepção do público quanto aos movimentos e aproximá-los de uma estética próxima do que é visto nos meios de

⁸ Tradução do autor para “*I know so many different techniques, that make it look like the whole ad was reprinted with its new message, as opposed to somebody coming at it with a spray-paint can.*’ (...) *That’s what the MTV generation has become accustomed to – everything’s flashy, everything’s bright and clean, if you spend time to make it cleaner it will not be dismissed.*”

comunicação. É o que garante às manifestações fotos de primeiras páginas nos jornais, reportagens para a televisão e uma grande divulgação de seu poder como imagem.

No que se refere à entrada da Internet na equação, inúmeras possibilidades de comunicação foram abertas para os movimentos. Os meios digitais não só abriram caminho para organizações assumirem um âmbito até mundial de operações de forma barata e veloz, mas também criou-se um novo veículo que permite divulgação externa sem qualquer precedente histórico. Há exemplos no caso da presença virtual do mexicano Exército Zapatista de Libertação Nacional⁹, que fez sua mensagem ser ouvida em todo o planeta, ou da canadense Adbusters Media Foundation, que disponibiliza em seu website¹⁰ material gráfico e táticas para manifestação que podem ser utilizadas em qualquer parte do mundo.

Novamente, vê-se a relação de rede como teorizada por Castells, no sentido de que a atuação a partir da Internet permite a formação de contatos em diversos pontos, diminuindo a importância das limitações geográficas. A ubiquidade da informática dá o tom para o movimento erguer-se e ganhar força.

Somando-se à integração às novas tecnologias, o caráter lúdico-artístico do protesto criativo nos movimentos tem sua relevância analisada por Downing (2002: 489-490):

O talento e o vigor artísticos são as centelhas da oposição na cultura popular e até mesmo na cultura de massa, na prática religiosa resistente, na sátira política e social. (...) No núcleo dessas centelhas está essa interatividade próxima que Brecht chamava de *cofabulação*, que Benjamin considerava como a aura válida de uma obra de arte (...), que Freire e Bakhtin, cada um a seu modo, descreveram como dialógica. Essa interatividade, esse diálogo, não cria por si mesma a carga estética precisa, mas é dentro de seu arco que a carga se constrói, e é explosiva.

As potencialidades desse posicionamento que se utiliza do humor, da irreverência e, enfim, da brincadeira, podem ter sua origem traçada ao *détournement* - prática adotada pelo movimento francês Internacional Situacionista na década de 60. É importante ir a fundo no entendimento destes manifestantes, que podem ser considerados a raiz principal das novas táticas nos movimentos contemporâneos.

Situacionismo

A Internacional Situacionista (IS) foi um movimento estudantil que atuou com grande força na década de 1960, principalmente na França, onde foi fundado em 1957.

⁹ <http://www.ezln.org/>

¹⁰ <http://www.adbusters.org/>

Seus principais representantes foram Guy Debord e Raoul Vaneigem, que fundaram em 1962 a facção do movimento que viria a se tornar conhecida internacionalmente, os Specto-Situacionistas.

"Specto" vem da noção de "Espectáculo", criada por Debord na produção teórica mais importante da IS, o manifesto *A Sociedade do Espectáculo*. Nele, o autor expõe como ponto principal que o capitalismo criou um sistema social onde todas relações são "mediatizadas", o real é determinado pelos meios de comunicação e não há mais espontaneidade ou criatividade na vida humana, agora programada pela ideologia da mercadoria. "A materialização da ideologia provocada pelo êxito concreto da produção econômica autonomizada, na forma do espetáculo, praticamente confunde com a realidade social uma ideologia que conseguiu recortar todo o real de acordo com seu modelo" (Debord, 1997: 137).

É partindo do Espectáculo que é criado o *détournement*, definido pelos situacionistas¹¹ como a apropriação de elementos ou estruturas de linguagem dos "responsáveis pelo Espectáculo", para serem re-arranjadas em novas composições com intuítos opostos. O exemplo popularizado dessa prática situacionista é a colagem de textos anarquistas ou marxistas sobre balões de histórias em quadrinhos como *Steve Canyon*, que promovia o exército norte-americano¹². Textos da IS propõe *détournements* do cotidiano (Vaneigem, 2002), onde falas comuns da vida diária são trocadas por outras, ao acaso, no simples objetivo de criar dissonância cognitiva. A idéia era derrubar formas pré-estabelecidas ou esperadas para cada contexto, em oposição direta ao espetáculo.

Détournements carregados desta característica lúdico-artística aparecem nas manifestações de hoje. Eles são vistos no ato dos manifestantes que colaram balões dizendo "EU COMO COCÔ!" junto às fotografias de candidatos em outdoors, durante a campanha eleitoral em São Paulo¹³; nos anúncios criados pelos publicitários da Adbusters, que utilizam a mesma estética da publicidade de marcas famosas, como Marlboro e Nike, para criar mensagens de oposição - relacionadas ao câncer de pulmão causado pelo cigarro ou aos trabalhadores de baixa renda que a Nike emprega na Ásia¹⁴ -; no movimento hacker (Himanen, 2001); no Bloco Medieval, que nos protestos contra a ALCA em abril de 2001 utilizava roupas da Idade Média e uma catapulta para atirar

¹¹ Entre os textos da IS que definem o *détournement*, estão: INTERNACIONAL SITUACIONISTA, publicação on line (acesso em 10/04/2002); DEBORD, publicações on-line (acesso em 10/04/2002).

¹² Este e outros exemplos estão disponíveis em <http://picturebook.nothingness.org/pbook/situgraphics/> (acesso em 10/04/2002).

¹³ Há fotos das intervenções em http://www.midiaindependente.org/front.php3?article_id=37765 (acesso em 27/10/2003)

¹⁴ Há exemplos disponíveis em <http://adbusters.org/creativeresistance/spoofads/> (acesso em 28/10/2003)

ursinhos de pelúcia por sobre o muro que se ergueu em torno do local das reuniões (Ludd, 155).

Como já dito por Downing, o irreverente e o lúdico concedem força aos movimentos na medida em que desorientam seus adversários num jogo de movimentos, cores, palavras e apropriações. Esta criatividade, por outro lado, aproxima os manifestantes do público que querem conscientizar. Voltando a Castells mais uma vez, a força da imagem esteticamente organizada nos novos protestos é o que atrai as câmeras dos fotojornalistas e da televisão, abrindo espaço na mídia oficial para que os movimentos divulguem seus objetivos.

Dilemas e outras táticas

Apesar da renovação nas formas de atuação, apropriar-se das táticas dos meios tradicionais, que também se utilizam do irreverente e do lúdico na construção do Espetáculo, aponta para o dilema premente dos movimentos atuais: ao adotar as táticas do adversário, não estariam eles se tornando também parte do Espetáculo? E entrar no sistema desta forma seria uma característica benéfica ou nociva aos objetivos destes movimentos?

Essa questão é apontada por Slavoj Žižek (2003: publicação em periódico) ao questionar como as políticas revolucionárias contemporâneas podem buscar sua eficácia:

nos termos do velho par marxista "infra-estrutura/ superestrutura", é preciso levar em conta a dualidade irreduzível dos processos socioeconômicos materiais "objetivos" que ocorrem na realidade, de um lado, e do processo político-ideológico propriamente dito, por outro lado. E se o reino da política for inerentemente "estéril", um teatro de sombras, mas, apesar disso, crucial para a transformação da realidade? Assim, embora a economia seja o lugar real e a política um teatro de sombras, a luta principal deve ser travada nos campos da política e da ideologia.

Žižek põe em dúvida o esquema de atuação que privilegia o embate ideológico, propondo que desconsiderar os aspectos de base - concretos, econômicos - seria uma possível falha tática na estratégia dos movimentos.

A questão de atuar concomitantemente nos campos ideológico e concreto também está presente nos trabalhos de Naomi Klein (2003: 315), que identifica possivelmente a chegada da hora de abandonar as táticas de cunho ideológico e partir somente para atuações mais concretas:

Durante anos, nós, neste movimento dos movimentos, alimentamo-nos dos símbolos de nossos oponentes - suas marcas, suas torres de escritórios, suas reuniões que trazem a oportunidade de ser fotografado. Temos usado esses símbolos como um grito de guerra, como pontos focais, como instrumentos de educação popular. Mas esses símbolos nunca foram alvos reais; eles eram as alavancas, as manivelas. Os símbolos eram somente janelas. É hora de atravessá-las.

A atuação concreta estaria representada nas estratégias de grupos que, mesmo que de formação recente, desprezam o protesto criativo e mantêm-se ligados à atuação de base. Eles posicionam-se em dois extremos. Em um deles ficam grupos como o Black Block, identificado como responsável pelas ações de caráter violento nas manifestações de Québec, Praga, Washington e Gênova, e o Earth First!, responsáveis por ataques de ecoterrorismo. No outro extremo, ficam os de atuação assistencial, cuja manifestação resume-se a implementar práticas de educação e conscientização sem atacar diretamente corporações, governos ou organizações internacionais.

Neste último caso inserem-se associações como a nova-iorquina Paper Tiger Television, que trabalha a crítica à mídia com vídeos educativos e programas para escolas (Stein, 394-399); a ATTAC, Ação pela Tributação de Transações Financeiras em Apoio aos Cidadãos, formada na França para atuar politicamente na exigência de implementação da taxa Tobin (Aguiton, 2002); ou a brasileira Akatu, que desenvolve programas de conscientização do público a respeito do consumo consciente¹⁵.

Existe a pluralidade de táticas dentro de cada movimento e mesmo dentro de cada organização - existem tanto táticas de manifestação criativa quanto assistenciais no Greenpeace ou no grupo inglês Reclaim the Streets. Mas resta o dilema relacionado a determinar qual destas táticas se prova mais eficaz em alcançar os objetivos dos movimentos, ou se sua utilização em conjunto beneficia ou prejudica-os.

É na busca da solução deste dilema que se encontram, nesse momento, os movimentos de resistência e crítica aos problemas mundiais. Resolver a questão é o que pode determinar o (re-) equilíbrio de poder que vai definir o século presente.

7. Bibliografia

1. ADBUSTERS MEDIA FOUNDATION. Revista *Adbusters Magazine*, volume 1, edições 36, 37, 38, 40 e 41. Vancouver, Canadá: Adbusters Media Foundation, 2001-2002.
2. ADBUSTERS MEDIA FOUNDATION. Website *Culture Jammers Headquarters*. Disponível em <http://www.adbusters.org/>. Acesso em 27/10/2003.

¹⁵ <http://www.akatu.net/>

3. ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.
4. AGUITON, Christophe. *O Mundo nos Pertence*. São Paulo, Viramundo: 2002.
5. ALVES FILHO, José Lucas. “*Afinal, uma luz no fim do túnel!*”. Disponível em <http://www.nova-e.inf.br/ativismo/contestacao.htm>. Publicado em 04/2003, acesso em 20/06/2002.
6. AU, Wagner James. “*Burn down the Shopping Malls!*”. Disponível em http://www.salon.com/tech/feature/2002/02/22/state_of_emergency/print.html. Publicado em 22/02/2002, acesso em 20/06/2002.
7. BEY, Hakim. *TAZ – Zona Autônoma Temporária*. São Paulo: Conrad, 2001.
8. BOVÉ, José. *O Mundo não é uma Mercadoria: Camponeses contra a Comida Ruim*. São Paulo: UNESP, 2001.
9. CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: o Poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1997.
10. CHRISPINIANO, José. *A Guerrilha Surreal*. São Paulo: Conrad, 2002.
11. DEBORD, Guy. “*Methods of Détournement*”. Disponível em <http://library.nothingness.org/articles/SI/en/display/3>. Acesso em 10/04/2002.
12. DEBORD, Guy. “*Perspectives for conscious Alterations in Everyday Life*”. Disponível em <http://library.nothingness.org/articles/SI/en/display/89>. Acesso em 10 de abril de 2002
13. DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
14. DERY, Mark. *Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs*. Westfield: Open Magazine Pamphlet Series, 1993.
15. DOWNING, John D.H. *Mídia Radical*. São Paulo: editora Senac, 2002.
16. FRIDMAN, Luis Carlos. *Vertigens Pós-Modernas*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
17. GOHN, Maria da Glória. “*De Seattle a Gênova*”. In Folha de S. Paulo, 27 de janeiro de 2002, caderno Mais!, pp. 14-15.
18. GOHN, Maria da Glória. *História dos Movimentos e Lutas Sociais*. São Paulo: Loyola, 1995.
19. GOHN, Maria da Glória. *Teoria dos Movimentos Sociais*. São Paulo: Loyola, 1997.
20. GUARNACCIA, Matteo. *Provos: Amsterdam e o Nascimento da Contracultura*. São Paulo: Conrad, 2001.
21. HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. “*Manifestantes querem Globalização alternativa*”. In Folha de S. Paulo, 21 de julho de 2001, caderno Dinheiro, p. 3.
22. HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. *Império*. São Paulo: Record, 2001.
23. HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
24. HIMANEN, Pekka. *A Ética dos Hackers e o Espírito da Era da Informação*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
25. HOME, Stewart. *Assalto à Cultura*. São Paulo: Conrad, 1999
26. INTERNACIONAL SITUACIONISTA, “*Détournement as Negation and Prelude*”. Disponível em <http://library.nothingness.org/articles/SI/en/display/315>. Acesso em 10/04/2002.
27. INTERNACIONAL SITUACIONISTA. *Situacionista: Teoria e Prática da Revolução*. São Paulo: Conrad, 2002.

28. JEUDY, Henri-Pierre. *A Ironia da Comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2001.
29. KALILI, Sérgio. “O Levante da Juventude”. Disponível em http://carosamigos.terra.com.br/da_revista/edicoes/ed64/sergio.asp. Acesso em 27/10/03.
30. KLEIN, Naomi. *No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies*. New York: Picador, 1999.
31. KLEIN, Naomi. *Cercas e Janelas: na Linha de Frente do Debate sobre Globalização*. São Paulo: Record, 2003.
32. LASN, Kalle. *Culture Jam: how to reverse America's Suicidal Consumer Binge - and why we must*. New York: HarperCollins, 2000.
33. LUDD, Ned (org.). *Urgência das Ruas*. São Paulo: Conrad, 2002.
34. MAFFESOLI, Michel. *A Transfiguração do Político: A Tribalização do Mundo*. Porto Alegre, 1997.
35. MATTELART, Armand. *História da Utopia Planetária*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
36. MORAES, Dênis de. *Por uma Outra Comunicação: Mídia, Mundialização Cultural e Poder*. São Paulo: Record, 2003.
37. MOREIRA, Cid (pseud.). “Candidatos comem cocô em São Paulo”. Disponível em http://www.midiaindependente.org/front.php3?article_id=37765. Publicado em 03/10/2002, acesso em 28/12/2002.
38. SEVCENKO, Nicolau. *A Corrida para o Século XXI*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
39. STEIN, Laura. “Televisão comunitária e comunicação política popular nos Estados Unidos”, in DOWNING, John D.H. *Mídia Radical*. São Paulo: editora Senac, 2002. pp 383-412.
40. STYCER, Mauricio. “Os novos Rebeldes”, in Folha de S. Paulo, 09 de fevereiro de 1997, caderno Mais, pp. 1-9.
41. SUSSMAN, Paul. “May Day Monopoly Targets London”. Publicado em 01/05/2001, disponível em <http://edition.cnn.com/2001/WORLD/europe/UK/04/30/mayday.protests/> (26/10/2003)
42. THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
43. TOURAINE, Alain. *Sociologia de la Acción*. Barcelona: Ariel, 1969.
44. VANEIGEM, Raoul. *A Arte de Viver para as Novas Gerações*. São Paulo: Conrad, 2002.
45. ZIZEK, Slavoj. “Resistência entre Quatro Paredes”, in Folha de S. Paulo, 27 de julho de 2003, caderno Mais!, páginas 8-9.

Você viu esse texto em
[http://www.pontomidia.com.br/erico/rodape/ericoassis - movimentos sociais e protesto criativo \[proposta\].pdf](http://www.pontomidia.com.br/erico/rodape/ericoassis - movimentos sociais e protesto criativo [proposta].pdf)

Érico Assis
ericoassis@uol.com.br