

O manifesto inicial da Mídia Tática

O ABC da Mídia Tática

Por David Garcia e Geert Lovink

Mídias Táticas são o que acontece quando mídias baratas tipo 'faça você mesmo', tornadas possíveis pela revolução na eletrônica de c que qualquer coisa as separa das mídias dominantes.

Uma ética e uma estética distintiva que tem emergido, a qual é culturalmente influenciada pela MTV através das recentes obras em vídeo feitas por artistas. Começou como uma estética rápida e suja que, embora sendo só um outro estilo (ao menos em sua forma videográfica) tem vindo a simbolizar um verité para os anos 90.

Mídias táticas são mídias de crise, crítica e oposição. Esta é tanto a fonte de seu poder ("a raiva é uma energia": John Lydon), como a sua limitação. Seus heróis típicos são; o ativista, guerreiros de mídia nômades, o prankster, o hacker, o rapper de rua, o kamikaze de câmera de vídeo, eles são os alegres negativos, sempre à procura de um inimigo. Mas, uma vez que o inimigo tenha sido nomeado e vencido, é ao militante tático que ocorre entrar em crise. Logo (apesar de suas conquistas), fica fácil trocar dele com expressões típicas da direita, "politicamente correto", "cultura de vítima", etc. Mais teoricamente, as políticas de identidade, críticas midiáticas e teorias da representação, que viraram o fundamento da maior parte das mídias táticas ocidentais estão elas mesmas em crise. Estas formas de pensamento são largamente vistas como remanescentes críticos e repressivos de um humanismo antiquado.

Acreditar que questões de representação são agora irrelevantes é acreditar que as chances de grupos e indivíduos na vida real mesmo ainda não são crucialmente afetadas pelas imagens em circulação de que qualquer sociedade dada dispõe. E o fato de que nós não mais vemos a mídia de massas como a única e centralizada fonte de nossas próprias definições pode tornar estas questões mais escorregadias, mas isso não as torna redundantes.

Mídia Tática, uma forma qualificada de humanismo. Um antídoto útil para aquilo que Peter Lamborn Wilson descreveu como "o inoponível domínio do dinheiro sobre os seres humanos". Mas também como um antídoto para as novas formas emergentes de cientificismo tecnocrático que sob a bandeira do pós-humanismo tendem a restringir discussões de uso humano e recepção social.

O que torna nossas mídias táticas? Em "A Invenção do Cotidiano", De Certeau analisou a cultura popular não como um "domínio de textos ou artefatos senão como um conjunto de práticas ou operações realizadas em estruturas textuais ou em forma de texto". Ele transferiu a ênfase das representações em si direto para os "usos" das

representações. Em outras palavras, de que modo nós, como consumidores, usamos os textos e artefatos que nos rodeiam. E a resposta, ele sugeriu, era "taticamente". Isso quer dizer de formas muito mais criativas e rebeldes do que já tinha sido imaginado. Ele descreveu o processo de consumo como um conjunto de táticas pelas quais o fraco faz uso do forte. Ele caracterizou o usuário (um termo que ele preferiu a consumidor) rebelde como tático e o presumido produtor (no qual ele inclui autores, educadores, curadores e revolucionários) como estratégico. Estabelecer esta dicotomia permitiu a ele produzir um vocabulário de táticas rico e complexo o bastante para equivaler a uma estética reconhecível e distinta. Uma estética existencial.

Uma estética da apropriação, do engano, da leitura, da fala, do passeio, da compra, do desejo. Truques engenhosos, a astúcia do caçador, manobras, situações polimórficas, descobertas prazerosas, tão poéticas quanto guerreiras.

O conhecimento dessa dicotomia tática/estratégica nos ajudou a nomear uma classe de produtores que parecem singularmente conscientes do valor destas inversões temporárias no fluxo do poder. E mais que resistir a estas rebeliões, fazem tudo que podem para amplificá-las. E na verdade fazem com que a criação de espaços, canais e plataformas para estas inversões seja fundamental para sua prática. Nós denominamos o seu (nosso) trabalho de mídia tática.

Mídias Táticas nunca são perfeitas, mas sempre em transformação, performativas e pragmáticas, envolvidas num contínuo processo de questionamento das premissas das canais com que elas trabalham. Isto requer a confiança de que o conteúdo pode sobreviver intacto enquanto viaja de interface para interface. Mas nunca devemos esquecer de que a mídia híbrida tem seu oposto, sua nêmesis, a Medialen Gesamtkunstwerk (1). O programa final para a Bauhaus eletrônica.

É claro que é muito mais cômodo aderir aos rituais clássicos da cena underground e alternativa. Mas mídias táticas estão baseadas num princípio de resposta flexível, de trabalho com diferentes coligações, sendo capaz de se mover entre as diferentes entidades na vasta paisagem midiática sem trair suas motivações originais. Mídias Táticas podem ser hedonistas, ou entusiasticamente eufóricas. Mesmo os hypes de moda tem seus usos. Mas é acima de tudo a mobilidade o que mais caracteriza o militante tático. O desejo e a capacidade de combinar ou pular de uma mídia para outra criando um contínuo suprimento de mutantes e híbridos. Cruzar fronteiras, conectando e religando uma variedade de disciplinas e sempre tirando total proveito dos livres espaços na mídia que estão continuamente aparecendo devido ao ritmo da mudança tecnológica e à regulação incerta.

Embora as mídias táticas incluam mídias alternativas, não estamos restritos a esta categoria. De fato, nós introduzimos o termo tático para romper e ir além das rígidas dicotomias que tem reatringido o pensamento nesta área por tanto tempo, dicotomias tais como amador vs. profissional, alternativo vs. popular. Mesmo privado vs. público.

Nossas formas híbridas são sempre provisórias. O que conta são as conexões temporárias que você é capaz de fazer. Aqui e agora, não algum vaporware (2)

prometido para o futuro. Mas o que possamos fazer no lugar com a mídia a que temos acesso. Aqui em Amsterdam nós temos acesso à tv local, cidades digitais e fortalezas

de novas e velhas mídias. Em outros lugares eles podem ter teatro, demonstrações de rua, filme experimental, literatura, fotografia.

A mobilidade da mídia táctica a conecta com um movimento mais amplo de cultura migratória. Adotada pelos proponentes do que Nie Ascherson descreveu como a estimulante pseudo-ciência do Nomadismo. "A raça humana mostra que seus expoentes estão entrando numa nova época de movimento e migração. Os sujeitos da história, antes fazendeiros estabelecidos e cidadãos, passaram a ser os migrantes, os refugiados, os *gastarbeiters* (3), os que procuram asilo, os sem-teto urbanos".

Um exemplo característico do tático pode ser visto no trabalho do artista polonês Krzysztof Wodiczko que percebe como as hordas de desalojados agora ocupam o espaço público das cidades: praças, parques, vãos de estações de trem que tinham antes sido desenhados por uma triunfante classe média para celebrar a conquista de seus novos direitos políticos e liberdades econômicas. Wodiczko acredita que estes espaços ocupados formam novas âgoras que deveriam ser usadas para sua determinação. "O artista", diz ele, "precisa aprender como operar como um sofista nômade numa pólis migratória".

Como outros taticistas de mídia migratórios, Wodiczko tem estudado as técnicas pelas quais os fracos se tornam mais fortes que os opressores, ao se dispersarem, ao não terem centro, ao se moverem rapidamente pelas paisagens midiáticas físicas ou virtuais. "O caçado deve descobrir a maneira de se tornar o caçador".

Mas o capital também está radicalmente desterritorializado. É por isso que nós apreciamos estar baseados numa edificação como De Waag, uma velha fortaleza no centro de Amsterdam. Nós alegremente aceitamos o paradoxo de *centros* de mídia táctica. Assim como castelos no ar, precisamos de fortalezas de tijolos e argamassa, para resistir a um mundo de livres fluxos de capital nômade. Espaços para planejar e não só improvisar e a possibilidade de capitalizar sobre as vantagens adquiridas, têm sempre sido as prerrogativas das mídias "estratégicas". Como taticistas de mídia flexíveis, que não têm medo do poder, ficamos contentes ao utilizar esta abordagem para nós mesmos.

A cada poucos anos nós realizamos uma conferência Next 5 Minutes (Próximos Cinco Minutos) sobre mídia táctica a nível mundial. Finalmente temos uma base (De Waag), da qual esperamos consolidar e seguir construindo a longo prazo. Vemos este edifício como um local para planejar eventos e encontros regulares, incluindo o próximo The Next 5 Minutes. Nós vemos o próximo The Next 5 Minutes (em janeiro de 1999), e as discussões que a ele conduzam, como parte de um movimento para criar um antídoto ao que Peter Lamborn Wilson descreveu como "o inoponível domínio do dinheiro sobre os seres humanos".

1. Obra de arte total midiática.
2. Software ainda não lançado no mercado, provavelmente em pesquisa.
3. Trabalhadores imigrantes, em alemão.

Tradução: Ricardo Rosas