Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes

José Dario Vargas Parra

Branding na sociedade do espetáculo

São Paulo
2012

JOSÉ DARIO VARGAS PARRA

Branding na sociedade do espetáculo

Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de mestre.

Área de concentração: Poéticas Visuais.

Orientador: Prof. Dr. Gilberto dos Santos Prado.

Folha de aprovação

José Dario Vargas Parra. "Branding na sociedade do espetáculo. Dissertação de Mestrado apresentada à Escola De Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Artes Visuais. Área de concentração: Poéticas visuais.

Orientador: Prof. Dr. Gilberto dos Santos Prado.

Data de aprovação: ____/____/2012

Banca Examinadora:

Prof.(a) Dr (a)

Instituição:

Prof.(a) Dr (a)

Instituição:

Prof.(a) Dr (a)

Instituição:

Prof.(a) Dr (a)

Instituição:

Prof.(a) Dr (a)

Instituição:

Dedicatória

A meus lares, a *MR*:
Por um universo habitável!

Agradecimentos

Ao Prof.Dr. Gilberto Prado por seu apoio permanente nos momentos de penumbra.
À Profa. Dra. Silvia Laurentiz por sua confiança no trabalho cujas idéias lhe devem muito.
Ao Prof. Dr. Luiz Renato Martins e a seu olhar social sempre ativo.
A Fapesp que com seu apoio faz possível este projeto.
Ao Prof. Dr. Mauricio Taveira e as nossas conversas animadas sobre tecnologia e sociedade.
Aos grupos de pesquisa “Poéticas Digitais” e “Realidades” por serem espaços de uma permanente atividade que me transmitiram.
Aos professores das diferentes disciplinas por nos inspirar.
A Henrique e Milton pela sua companhia e respaldo nas atividades de pesquisa.
A Maruzia Dultra pelos seus valiosos aportes na correção estilística do português, sempre certos.
A Reginaldo Parcianello por fazer uma leitura do trabalho, sempre bem-vinda.
A Thais Gold e a sua amizade inspiradora.
A Miguel Neira e a sua família por me brindar meu primeiro lar no Brasil.
A Eddy e Luis por transportar o “beobachter” e ajudar nos testes.
A Danilo e ao Rosa Choqu_
A minha família por saber que tudo é realizável.
Aos amigos daqui, aos de lá, aos 73+12+8, porque estão aqui, porque o futuro é nosso.

A mobilidade urbana é transito continuo, “pendularismo histórico”, nomadismo skinneriano que reproduz a mobilidade das mercadorias do capitalismo pós-atômico (depois da bomba só existe o presente – qualquer que seja a “bomba”). (BLISSETT, 2001, p. 188)

Resumo.

Esta dissertação parte da discussão sobre a relação entre as pessoas e as imagens, cujo marco de relacionamento é o capitalismo baseado no emocional e simbólico. Nessa medida surge uma visão crítica aos produtos multimídia no espaço público que alteram a relação do sujeito com o mundo que o rodeia. Este espaço também é alterado pelos discursos da publicidade e sua projeção dos imaginários comerciais no tecido social.

As transformações das tendências artísticas e imagéticas no século XX nos oferecem elementos para usar o conceito de espetáculo, como espaço regulador da prática artística e publicitária na sociedade, levando em consideração que aspectos da interação nesses espaços têm raízes político-econômicas que suscitam posturas ideológicas nas artes em razão à relação usuário-interator e obra-produto, no contexto da hegemonia do capitalismo atual.

O branding ao converter-se em eixo da criação estética contemporânea, junto à economia de consumo e a cidade como espaço para sua expansão, modificou através da semiose corporativa as linguagens artísticas e seus métodos, homogeneizando sua produção e recepção na superprodução de informação; o que, em resposta, propiciou nas artes a possibilidade de somar essas técnicas como matéria de trabalho plástico e conceitual. Para um aprofundamento nestas questões, analisam-se as obras *Mecânica das emoções* de Maurice Benayoun (2004-2011), *1000 platitudes* (2003) de Rafael Lozano-Hemmer, *Pure murder* (2004) de Minerva Cuevas, *Toywar – Etoy.share* (2000-2001) de Etoy. Estes trabalhos artísticos integram usos particulares do branding, como parte da sua estratégia estética, poética e de conceito, que, ao fazer uso das estruturas de comunicação, contrasta os usos político-econômicos convencionais da imagem com táticas e estéticas que gerem posturas e atividades nos interatores, como possíveis formas de intervenção na sociedade do espetáculo.

Palavras-chave: Branding, espetáculo, arte contemporânea, imagética, ideologia.

Resumen.

Branding en la sociedad del espectáculo

Esta disertación parte de la discusión sobre la relación entre las personas y las imágenes, cuyo marco de relacionamiento es el capitalismo basado en lo emocional y simbólico. En esa medida surge una visión crítica a los productos multimedia en el espacio público que alteran la relación del sujeto con el mundo que lo rodea. Este espacio también es alterado por los discursos de la publicidad y su proyección de los imaginarios comerciales en el tejido social.

Las transformaciones de las tendencias artísticas e imagéticas en el siglo XX nos ofrecen elementos para usar el concepto de espectáculo, como espacio regulador de la práctica artística y publicitaria en la sociedad, llevando en consideración que aspectos de la interacción en estos espacios tiene raíces político-económicas que suscitan posturas ideológicas en las artes en razón a la relación usuario-interactor y obra-producto, en el contexto de la hegemonía del capitalismo actual.

El branding al convertirse en eje de la creación estética contemporánea, junto a la economía de consumo y la ciudad como espacio para su expansión, modifico a través de a semiosis corporativa los lenguajes artísticos y sus métodos, homogeneizando su producción y recepción en la superproducción de información; lo que en respuesta, propicio en las artes la posibilidad de sumar esas técnicas como materia de trabajo plástico y conceptual. Para profundar estas cuestiones, se analizarán las obras *Mecánica de las emociones* de Maurice Benayoun (2004-2012), *1000 platitudes* (2003) de Rafael Lozano-Hemmer, *Pure Murder* (2004) de Minerva Cuevas, *Toywar – Etoy.share* (2000-2001) de Etoy. Estos trabajos artísticos integran usos particulares del Branding, como parte de su estrategia estética, poética y de concepto, que al hacer uso de las estructuras de comunicación, contrasta los usos político-económicos convencionales de la imagen con tácticas y estéticas que generan posturas y actividades en los interactores, como posibles formas de intervención en la sociedad del espectáculo.

Palabras Clave: Branding, espectáculo, arte contemporáneo, imagética, ideología.

Abstract

Branding in the society of the spectacle

The present dissertation stems from the debate on the relation between people and images, whose relational hallmark is capitalism based upon the emotional and the symbolic. Hence a critical view on multi-media products pervading public spaces, which change the relation between the subject and the world surrounding him. Public spaces themselves are also changes by the publicity discourses and their projection of commercial imaginaries onto the social tissue.

The transformation of imagetical and artistic tendencies throughout xx century offer elements to validate the term spectacle as the regulating environment for social artistic and publicitary practices, taking into account that aspects of the interactions in such spaces have political and economic stems which originate ideological postures within the arts due to the relation between user-interactor and opus-product, in the present capitalist-hegemony context.

As branding reaches the axis of contemporary aesthetic creation, together with consumption economy and the city as the place for its expansion, has changed, through corporative semiosis, the artistic languages and their methods, rendering homogeneous their production and reception within information over-production; such has permitted the appropriation of those techniques as matter for plastic and conceptual work in response. In order to produce a deeper understanding of the issues, we analysed *The mechanics of emotions* by Maurice Benayoun (2004-2011), *1000 platitudes* (2003) by Rafael Lozano-Hemmer, *Pure murder* (2004) by Minerva Cuevas, *Toywar – Etoy.share* (2000-2001) by Etoy. The former artistic Works integrate particular usages of branding, as part of their aesthetic, poetic and conceptual strategies, which, in using communication structures, contrast conventional political economic uses of images with tactics and aesthetics which generate postures and activities within interactors, as a possible means of intervening into the society of the spectacle.

Keywords: Branding, spectacle, contemporary art, imagerics, ideology

Sumário

Dedicatória	9
Agradecimentos	11
Resumo.	15
Resumen.....	17
Abstract.....	19
Introdução	23

Capítulo I

A imagética: o branding no capitalismo emocional

1.1 Sobre o emocional e as anatomias do ânimo	27
1.2 Arte técnica e propaganda: das sintagmáticas da indústria à semiurgia do espetáculo	43
1.3 Branding como arte total: experiência estética e engenharia emocional no capital	54

Capítulo II

A cidade: ambiente e interação

2.1 Cidade e fluxo: Anatomias do informacional	67
2.2 Camadas: urbes e objetos	72
2.3 O conflito cidadão/indivíduo e sujeito/objeto: Práticas estéticas e agires políticos.....	77

Capítulo III

Sobre poéticas do capital

3.1 Nos territórios do poder	85
3.1.1 Mecânica das emoções (The mechanics of emotions) Maurice Benayoud.....	86
3.1.2 1000 platitudes. Rafael Lozano-Hemmer	100
3.2 Alterações dos territórios do poder.....	106
3.2.1 Pure Murder. Minerva Cuevas.....	107
3.2.2 Toywar- eToy.share. eToy	112

Capítulo IV

Poéticas para um capitalismo emocional.

4.1 Deferir.....	121
4.1.1 Animi. Diários anímicos.....	121
4.1.1.2 Imagens do projeto.....	123
4.2 Interferir/inferir.....	126
4.2.1 fotogenias persecutórias.....	126
4.2.1.1 Os pretextos.....	126
4.2.1.2 Imagens do projeto.....	133
4.3 Working Bank.....	141
4.3.1 No espectro.....	141
4.3.2. Psique-mapping.....	141

Conclusões.....	145

Bibliografia.....	149

Anexos.....	159

Introdução

A relação arte-publicidade-*design* redimensiona a vida social na economia com as funções da arte e da imagem, que outrora era isenta da lógica de produto (BAUMAN, 2007, p. 162), e altera os espaços cotidianos nos quais o sujeito desenvolve comunidade. Mas esta relação redimensiona a sua vez as possibilidades das artes em resposta a esta alteração.

O desenvolvimento da imagética, que, em conjunto com os avanços científicos e econômicos, são os fatores essenciais para compreender como desde o século XIX e a revolução industrial, a consolidação de uma indústria cultural e imagética, que ao precisar resolver questões de tipo econômico e político na nova forma de produção, procura através das vanguardas artísticas respostas que permitam dar forma às relações de consumo imagético de massas, à experiência tecnológica das comunicações e da cidade, e como questão central da produção artística e corporativa, à relação sujeito e objeto.

O *branding*, sendo o resultado da conjunção das práticas estéticas e políticas nas econômicas, surge multidisciplinar para abranger na produção e na recepção à sociedade. As sintagmáticas corporativas são a forma na que a economia torna uma marca em valor econômico, mas expandida na vida, na experiência, portanto muitos dos seus fundamentos destacam os usos da imagética na percepção:

Os especialistas chamam isso de *branding*: a imagem, com ambientação sonora, tem que ser tão marcante, que por assim dizer, estampa a ferro em brasa o sistema nervoso – se não no primeiro contato, então em uma repetição planejada (...) o logo se estende de seus produtos para os indivíduos -. (TÜRCKE, 2010, p. 54).¹

Mas o branding não pode se reduzir só ao logotipo como resultado ultimo da operação do corporativo, já que como define Norberto Chavez o processo do protagonismo do emissor institucional na comunicação corporativa é “o deslocamento de conteúdos da mensagem desde o objeto para o sujeito da comunicação” (2001, p. 11), destacando-se que no traslado de significantes do objeto para o sujeito acontece uma interação mediada pelo comercial, assim, a interação do consumo se pode definir como “um fato social com capacidade de gerar representações coletivas, emoções codificadas, sentimentos obrigatórios e pensamentos.” (FAGGIANI, 2006: 19)

---

¹ A voz *brand* – marca – procede da antiga expressão escandinava *brandr*, que significa queimar. Queimando seu gado, o homem da antiguidade marcava sua propriedade e diferenciava a seus animais dos do seu vizinho. Assim definiu-se a função principal da marca: identificar a propriedade ou a origem. (Blackett, Boad, 2001, p. 2)

Com essa expansão, se esvanecem os limites entre os âmbitos privado e público. O compartilhamento de dados e “sensações” fomentam uma nova forma de controle que não opera no *repressivo*, mas no *gozo*, *emancipando o indivíduo do sujeito* ao instaurá-lo como *sujeito* (VERDÚ, 2005). O indivíduo emancipado fusiona *objeto* e *sujeito* na necessidade de cobrir seu vazio como objeto. É no esvaziamento desse sujeito no objeto que o indivíduo redimensiona-se na *interação* com o comércio, afetando as noções de subjetividade e mercadoria.

Por esse fato os “gurus” do branding fazem ênfase no trabalho sobre as emoções (Roberts, 2006, p. 16), no que aprofunda Naomi Klein para compreender uma das diferenças pouco contempladas sobre este tipo de produção: “(...) a marca, e a venda de uma marca adquire um componente adicional que só pode ser descrito espiritual. A publicidade trata de apregoar o produto. O branding em suas encarnações mais autênticas e avançadas, trata de transcendência corporativa”. (KLEIN, 2003: 45).

As vanguardas artísticas quando formularam sua cisão com as “artes liberais” através da manipulação das tecnologias de produção imagética para explorar suas capacidades, racionalizaram a produção industrial, estandardizando-a, estetizando a função, subordinando a estética à operação; criam uma sintagmática da indústria, na qual a economia dos recursos e a funcionalidade prevalecem sobre a desordem, mas, paradoxalmente, faz ênfase na própria expressão visual ligada a uma teoria expressiva da arte (LECLANCHE-BOULÉ, 2003, p. 168). Neste sentido, a criação da indústria cultural e a estetização da vida, proposta desde as vanguardas, abre o caminho para incitar ao público a jogar², a interagir com a imagem, a propor que ele mesmo possa *representar*, desmitificando a obra de arte e sua produção. Mas a interação com estas novas formas de produção são absorvidas pela indústria, que, adquire para si estas características, e com aquilo gera nos meios massivos o conceito de *espetáculo*, o qual se converte no espaço do mercado e nesta relação no espaço da vida. Nele é observável que a relação dos sujeitos com os objetos obedece a diferentes fatores que se definem na experiência, que enlaçada a características da memória e o coletivo, a participação compartilhada, pode-se analisar desde a operatividade (Marx), a experiência da semiurgia tecnológica (Baudrillard) ou a experiência tecnestésica (Couchot).

É assim que a cidade, centro da atividade socioeconômica contemporânea, passa da *cena*, como centro tradicional da representação, à *cenografia* – centro da representação das técnicas, do conjunto de espetáculos que canalizam para o sensorio o conteúdo da fábrica imagética e

---

² Elemento permanente nos textos de El Lisitski, que pressupõe um modelo de interação do artista com os elementos na sua obra, mas do público em relação com ela, para que se integre ativamente e participe. (LECLANCHE-BOULÉ, 2003, p. 181-183)

auto-referencial, da *semiurgia*. Aqui, o sujeito — cada vez mais objeto — reflete suas emoções não como *ator social*, mas sim como *contêiner* dos imaginários com os quais o capitalismo atual opera: de *dentro para fora*. Da fascinação do *indivíduo* à procura de representações que darão forma à emoção contida e represada, converte-o em *autor* de si mesmo e dará sentido a sua *experiência*, transformando o cotidiano da cidade em *imersão*.

Por uma parte a experiência é usada pelo branding para denotar mais os aspectos do indivíduo em um entorno onde todo vira marca, e o “eu” que em detrimento da “experiência”, intensifica a “vivência”, a individualização contemporânea. Desta forma se expande nas práticas artísticas. A respeito David Le Breton se refere ao trabalho feito por Orlan:

Orlan pretende contratar uma agência de publicidade para obter um novo nome correspondente à sua nova identidade. Em seguida, encetaria um processo administrativo para legitimar a mudança de estado civil. Orlan leva a seu termo a vontade individualista de colocar a si mesma no mundo, de construir a si mesma fisicamente segundo a vontade e de assumir provisoriamente uma identidade desejada em uma recusa radical da atribuição de identidade. (LE BRETON, 2003: 49).

Mas assim, se exemplifica a experiência no ambiente do espetáculo; as artes contemporâneas agem mais no campo da experiência, que se integra no uso diário das máquinas, na arte eletrônica e nas diferentes formas de representação artística que vinculam o virtual e o físico, fazendo uso do corpo na exploração do espaço, da sua experimentação (HERNÁNDEZ, 2002, p. 63). Esta ação sobre a experiência também define as características ideológicas com que a arte responde aos efeitos sociais dos usos do branding sobre a realidade, desde Guy Debord e o situacionismo, o uso do *détournement* e o *culture jammer*, fazem referencia aos movimentos da vanguarda moderna passando pelo dadá ao surrealismo, para atacar a sociedade capitalista dominante com um ethos antiprazer. (KLEIN, 2003: 310). A tecnologia a sua vez que se define como elemento integrador na lógica do domínio, oferece ao mesmo tempo a possibilidade de toda estratégia de liberação (ROE, 2006, p. 132)

Para o aprofundamento dessas questões, a presente dissertação divide-se em quatro partes que articulam os pontos centrais do tema abordado. No primeiro capítulo, consta um levantamento teórico dos aspectos que relacionam ao sujeito e seu corpo, com o espaço que modificado pelo espetáculo, transforma ao sujeito em objeto na algorítmica da imagética. Desta forma o experiencial proporciona a representação da interação com a estrutura *objetual* e fragmentaria do corporativo no espetáculo, mas como espaço que as artes usam

como recurso vital para abrir uma discussão sobre a produção imagética e o uso da informação como matéria plástica de experimentação.

O segundo capítulo se centra no conceito de cidade como centro de atividade experiencial, que serve de controle baseado na fruição criada no interagir cotidiano. Ao constituir um *corpo urbano*, a cidade modula os fluxos socioeconômicos, nos quais surgem resistências, contradições e formas de resposta a essas hegemonias, onde o artista por meio da sua linguagem adquire posturas ideológicas, e faz participe ao público para manifestar-se na interação que o artista oferece na sua obra, como interface que visualiza e discute a problemática da produção imagética e a invasão dos espaços sociais pelo branding.

Em seguida, faz-se uma análise de obras e práticas artísticas que usam poéticas inspiradas nas linguagens publicitárias, no *branding* e nas tecnologias imagéticas, tanto para visibilizar os métodos hegemônicos do poder e suas territorialidades, quanto para subverter as sintagmáticas corporativas, intervindo na paisagem urbana através de seus próprios códigos e técnicas, a fim de formular uma crítica aos usos da estética e das mídias pelo político e econômico. Selecionaram-se para o caso as obras *Mecânica das emoções* de Maurice Benayoun (2004-2011), *1000 platitudes* (2003) de Rafael Lozano-Hemmer, *Pure murder* (2004) de Minerva Cuevas e *Toywar – Etoy.share* (2000-2001) de Etoy.

No capítulo final, são apresentadas propostas artísticas de ***Branding na sociedade do espetáculo***, que integram as reflexões teóricas aqui postas. Estes desdobramentos poéticos tratam do papel das artes frente ao capitalismo e ao uso da imagem publicitária e do *branding* no espaço público – onde se manifesta cada dia com mais força, já que “na cidade qualquer ato profano se sacraliza e também qualquer ato sagrado é profanado na cotidianidade” (ARGÜELLO, 1998, p.60).

*Just do it.*³

---

³ *Slogan* da Nike, marca consagrada de calçados e acessórios esportivos.

Capítulo I

A imagética: o branding no capitalismo emocional

Para explorar esse complexo caminho e propor um mapa aberto e plural da relação entre a produção imagética e artística, e a emancipação da economia política através do Branding, é preciso estabelecer como o sujeito se transforma neste contexto, através da manipulação perceptual propiciada pelas tecnologias de captura de realidade e suas técnicas de intervenção semiótico-econômica.

1.1 Sobre o emocional e as anatomias do ânimo

No início da época moderna, o mundo vira objeto de estudo e a realidade deixa de ser vista pela teologia sagrada do dogma, passando a ser analisada na multiplicidade *liberal* de sua dissecação epistemológica. A *téchne*, adquirida com a descoberta da perspectiva, permite propor que, no desenvolvimento das artes, a sociedade ocidental encontrou a forma de fazer evidente o caráter artificial de seu entorno cultural, já que, com ela, se impôs uma objetividade própria das ciências à representação artística e imagética, além do corpo humano e seus sentidos. A realidade passa a ser uma expressão *matemática-geométrica* da natureza e seus fenômenos, e a *téchne* transforma-se de *articulação* para entender os mecanismos da realidade a uma *instrumentalização* para submeter à realidade ao pensamento antropocêntrico:

Sendo assim, considera-se que a ampla aceitação da perspectiva como modo ótimo de representar a tridimensionalidade corresponde à disseminação de um específico conjunto de crenças como se fossem “leis da natureza e da razão”, culminando na conformação da experiência espacial às formas de ser e organizar o mundo que caracterizaram a ideologia dominante em um dado período da história ocidental do conhecimento. (FRAGOSO, 2005, p.37)

A racionalidade espacial que o ponto de fuga impõe às técnicas de representação força a mudança dos padrões da produção e da percepção imagética ao definir a *espacialidade psicofísica* do observador por meio da *espacialidade mimético-matemática* da imagem, determinando com aquilo que a perspectiva desde o âmbito artístico, sistematiza seus modos de produção com sua *algorítmica*, quanto explora a adaptabilidade sensória do público com a *mimese*.

Assim, ao instalar-se na cultura, essa espacialidade *controlada* ou *sistematizada* estrutura no olhar o *entorno*, *espacializando-o*. Em correspondência à sistematização da percepção e da subjetivação do espaço no ponto de vista, o raciocínio lógico das pesquisas anatômicas esquematizam o sujeito e sua arquitetura, *um sujeito espacializado* para um espaço calculável: “(...) Quer dizer

que é inserido no homem esse sinal externo que se definiu na pele do território, ou que o sinal externo se instala como significante na pele que, por natureza, está cobrindo o mesmo sujeito” (ARGÜELLO, 1998, p.13)⁴

Andreas Vesalio (1514-64), na obra *humanis corporis fabrica* (fig. 1), analisa por camadas as múltiplas relações das diferentes partes que compõem o corpo humano, e que, para sua descrição, trata o sujeito como *maquinaria*, estrutura, e *rede mirabilis*, descrita assim no prefácio da sua obra para Carlos V:

Na verdade, posto que seja impossível que Vós os ocupeis unicamente da ciência do universo também Vós os deleitareis alguma vez ao apreciar a estrutura da mais perfeita de todas as criaturas, e tereis o prazer de considerar a pousada e suporte da alma imortal: Uma morada que, posto que se corresponda admiravelmente com o universo em muitos dos seus nomes, era chamada microcosmos pelos antigos, não sem razão. (VESALIO, 1543)⁵

Este *microcosmos* enunciado por Vesalio explica o corpo como inúmeras relações entre diferentes partes dele mesmo, uma perspectiva mecanicista que rege o funcionamento das coisas do universo, que, em permanente fluxo, materializa o corpo que é:

(...) feito das mesmas substâncias das demais coisas, fundindo-se com elas, investigado e experimentado pela arte e pela ciência juntamente com as demais matérias do mundo microscópico e macroscópico (...) o corpo passa a ser visto como a matéria plástica em que são impressas as conformações impostas por aquilo que a modernidade consagrou: a subjetividade infinita, poderosa e trágica. (NOVAES *et al.*, 2003, p. 280) (fig.3)

A partir dessa racionalidade que expressa a dicotomia entre corpo e alma, subjetividade e realidade, Alberti reflete a gestualidade do corpo como revelação dos movimentos da alma. Já Da Vinci, analisa os movimentos como projeção dos estados mentais de cada ser vivo, fundindo nesse interagir nossa subjetividade e nosso exterior (NOVAES *et al.*, 2003, p. 281-282). (fig. 4)

Se o mundo dessacralizado da racionalização geométrico-matemática da perspectiva funda a ideia do mundo como linguagem, o trabalho da racionalização anatômica funda a noção

4 “(...) es querer decir, que al hombre se le inserta en su interioridad esa huella externa que se ha configurado en la piel de la misma tierra, o esa huella externa se instala en forma de significante en la piel que, por naturaleza, está cubriendo al mismo sujeto” (Tradução nossa). Ao respeito a obra de Le Cobusier publica *Le modular* (1948) (fig. 2), enuncia a partir da serie de Fibonacci, medidas harmônicas entre as partes humanas. Segue a tradição das artes, mas primordialmente das artes técnicas e das vanguardas ao *modular* o corpo para a estética e a produção imagética.

5 “En verdad, puesto que es imposible que os ocupéis únicamente de la ciencia del universo, también os deleitaréis alguna vez al apreciar la estructura de la más perfecta de todas las criaturas, y tendréis el placer de considerar la posada y soporte del alma inmortal: una morada que, puesto que se corresponde admirablemente con el universo en muchos de sus nombres, era llamada microcosmos por los antiguos, no sin razón” (Tradução nossa)

do sujeito como linguagem. O corpo esquematizado na *fábrica*, de Vesalio, permite explorar cada canto dele fora da noção abstrata da dissertação religiosa. A partir de dissecações, o olha como organismo, conjunto de órgãos que interagem mantendo seu funcionamento, cuja representação se distancia do corpo e do espírito para operar nela. Nesta dissecação, o corpo deambula como signo a ser controlado, não rodeado do mundo, mas sendo ele, invadido por ele, como construção e artefato habitado pelo olhar objetual de suas representações.

Um século depois da *humani corporis fabrica*, as pesquisas de William Harvey (1587-1657) (fig. 5) resultarão no entendimento do corpo humano como um complexo sistema que funciona graças ao pulsar do coração, opondo-se à ideia do *calor inato* dos gregos, noção etérea, com outra mais mecanicista, hidráulica e fluida do coração como uma *bomba*. As pesquisas anatômicas aprofundaram-se nos séculos subsequentes, seguindo a descoberta do sistema nervoso por Thomas Willis (1621-1675) (fig. 6) e seu funcionamento elétrico esclarecido por Galvani (1737-1798) (fig. 7). Essas descobertas evidenciaram que a circulação, além de hidráulica, manifesta-se eletricamente.

A gestualidade corporal, por sua vez, como resposta ao entorno e ao interagir, afasta-se do conceito dos humores, do *calor inato*, da ânima – que, *desterritorializada*, desaparece como efeito do espiritual para fazer parte dos estudos *materiais* do funcionamento do corpo. As emoções reaparecem como efeito do *experencial*, na relação da *fábrica humana* com sua realidade, da circulação invisível do *ânimo* no *circuito nervoso*, e permite, como diria o fisiologista Albert Von Haller, em 1757, que um fenômeno como a dor circule através do corpo (ARGÜELLO, 1998, p. 17).

Ao tentar definir a *ânima*, realmente tentava-se definir não só seu lugar na geografia corporal, mas seu papel dentro da constituição das partes do corpo e suas funções. Assim, a *materialização* dos fenômenos das sensações na circulação permanente da eletricidade, abre a possibilidade para a arte de poder *estimular* mediante técnicas imagéticas certas sensações específicas no espectador, ao criar na obra um espaço que determina essas emoções, usando uma configuração específica dos seus elementos, o seu *poder*. Assim, nossos espaços sociais transformam-se por sua vez a partir de metáforas – que partem da anatomia para áreas como a arquitetura e o urbanismo, como forma de organizar o poder político no *espacial*, o poder econômico no *objetual* e o poder artístico no *perceptual*. As metáforas de máquina humana e microcosmos, usadas por Vesalio, oferecem parâmetros para serem aplicadas nessa perspectiva, como é observável na dedicatória feita por Harvey para a sua obra *An anatomical disquisition on the motion of the heart and blood in animals*, quando compara o coração com o centro de poder: “O Rei, da mesma maneira, é o fundamento de seu reino, o sol do mundo que o rodeia, o coração da república, onde a fonte de todo poder, emana

↖ Fig. 4. Músculos da face
Leonardo DaVinci.
148?

↗ Fig. 5. Motu Cordis et Sanguinis.
William Harvey.
1628.

↑ fig. 6 Cerebri Anatome.
Thomas Willis.
1664.

← Fig. 7. Experimento da eletricidade nos
corpos.
Luigi Galvani.
1786.

com toda graça" (WILLIS, 1847, p.3)⁶. Esta relação metafórica foi usada da mesma forma por Thomas Willis, comparando a atividade social e o funcionamento do cérebro na obra *Cerebri Anatome*:

Com o símile, Willis oferece uma forma de expressar suas opiniões sobre o papel do Rei e da Igreja, enquanto escreve sobre o cérebro, o cérebro é uma "guarida", um "peito", uma "abóbada", a capital do império e a "capela da deidade". Foi o primeiro órgão do corpo, dividido em "províncias" e "vilas" e foram separadas por "águas" (vasos sanguíneos). Os nervos eram como "a prata e o ouro", que contêm espíritos, que agindo como muitas tropas distintas ou companhias de soldados "causam os movimentos musculares, como a explosão da pólvora". As normas do cérebro governam as outras partes do corpo e os nervos (os soldados) realizam as ações. (O'CONNOR, 2003, p. 142-143)⁷

Essas reflexões partem do fenômeno crescente do *urbano-geográfico* na era moderna, com os centros de poder que se manifestam na aurora da revolução industrial: a cidade como espaço onde se regularizam os intercâmbios sociais e se constrói uma nova economia que obedece ao fluxo constante de bens e capital. Analisando o liberalismo econômico, Adam Smith (1723-1790) divide as tarefas de produção para especializar o trabalho e individualizar o sujeito, instrumentalizando-o no conceito bio-econômico-político:

De fato, os economistas, que alardeavam as virtudes do livre mercado no século XVIII, demonstravam extrema sensibilidade em relação à ganância. Da nova ciência do corpo e seu ambiente eles deduziam uma defesa contra essa conduta censurável, permitindo-se vincular diretamente o fluxo de trabalho e capital ao fluxo de sangue e à energia nervosa. (...) Ele (Smith) tentou demonstrar que através da divisão do trabalho inspirada pelo mercado as pessoas envolvidas nas suas operações desempenhavam papéis individuais distintos, *eram atores cada vez mais nítidos da economia*.⁸ (SEN-
NETT, 1997, p.224-225) (grifo nosso)

Graças ao modelo de circulação na anatomia, os economistas, arquitetos e urbanistas adotam a cidade como organismo, sendo, da mesma forma que o corpo, revitalizada na esquematização e na regulamentação de suas circulações. Isto quer dizer que, se a circulação do ar e do sangue mantém saudável o corpo humano, a circulação do capital mantém saudável o corpo social e a circulação dos sujeitos mantém vivificada a cidade; declaramo-nos seres

6 "The King, in like manner, is the foundation of his kingdom, the sun of the world around him, the heart of the republic, the fountain whence all power, all grace doth flow" (Tradução nossa)

7 "One of Willis's favoured literary devices was metaphor—a commonplace device in Restoration literature, sermons and philosophical works. With simile it offered a way for Willis to express his opinions on the role of the King and the Church while writing on the brain The brain was a 'kingdom', a 'den', a 'chest', a 'vault', the capital of the empire and the 'chapel of the deity'. It was the primary organ of the body, divided up into 'provinces' and 'villages' and was separated by 'waters' (blood vessels). Nerves were like 'silver and gold', containing spirits, who acted as 'many distinct troops or companies of soldiers' causing muscular movements 'like the explosion of gunpowder'. The brain rules over the other parts of the body and the nerves (soldiers) carried out the actions." (tradução nossa)

8 A frase grifada foi traduzida da versão em espanhol dessa obra, dada outra implicação que na versão em português não aparece..

móveis, cidadãos e atores sociais especializando-nos nas atividades socioeconômicas do modelo urbano como *espaço desenhado* (fig. 8):

Construtores e reformadores passavam a dar maior ênfase a tudo que facilitasse a liberdade do trânsito das pessoas e seu consumo de oxigênio, imaginando uma cidade de artérias e veias contínuas, através das quais os habitantes pudessem se transportar tais quais hemácias e leucócitos no plasma saudável (SENNETT, 1997, p.214)

Novas características do espaço redefinem os objetos existentes nele. O *sujeito-cidadão*, na modernidade, parte da emancipação do sujeito que elimina o *ancien regime* e, como substituição, impõe um *novel regime* por meio do *urbanismo*, fixa vazios no espaço coletivo, grandes praças abertas e livres, sem interrupção visual nem locomotiva, perspectivas cruzadas, aumentando a sensação de liberdade sem limite. A cidade se emancipa do mesmo modo, tudo vira *experiência*, impele os sujeitos ao movimento, que, sem buscar um ideal, emancipam-se no movimento em si⁹. No entanto, o poder emergente das mudanças sociais na revolução industrial usa estes *volumes urbanos* para construir, paradoxalmente, controle social e de circulações urbanas, além de camadas hierarquizadas no entorno, um *novu corpo urbano* para o *novu ser moderno* na *tábula rasa* da revolução francesa. O *corpo coletivo* assina, assim, o contrato social em seu fluxo, sua nova espacialidade:

“Cada um de nós põe em comum sua pessoa e tôda a sua autoridade sob o supremo comando da vontade geral, e recebemos em conjunto cada membro como parte indivisível do todo” (...) A pessoa pública, formada assim pela união de tôdas as outras, tomava outrora o nome de cidade, e toma hoje o nome de república ou corpo político, o qual é chamado por seus membros: Estado, quando é passivo, soberano quando é ativo; autoridade quando comparado a seus semelhantes. No que concerne aos associados, adquirem o nome de povo, e se chamam particularmente cidadãos, na qualidade de participantes na autoridade soberana, e vassallos, quando sujeitos às leis do Estado. (ROUSSEAU, 1965, p. 31)

Assim através do olhar epistemológico incorpora-se uma unicidade ideológica universal na fragmentação; a “universalização” tem que ser percebida nos distintos pontos de vista e reconstruída dos seus fragmentos. A partir das categorizações do corpo, do espaço e da sociedade, assiste-se a uma fabricação dessa imagem universal, que solicita indagar sobre

---

9 Este tipo de experiência na Paris revolucionária (Campe. J. H, 1977 *apud* TÜRCKE, 2010, p. 110) no êxtase permanente de fluxo de espetáculos. Esta sensação experimentada na urbe é dada pelas circunstâncias sensoriais nas que impõe além da perspectiva, uma visão panorâmica ou periférica, o espaço nos envolve. Na nova experiência de *viagem-deslocamento* como forma de descrever a *vivência* da cidade, dará bases à *psicogeografia* e à *deriva* propostas pelos situacionistas, as quais Silvia Rodriguez (2003) sinala como métodos para superar o geográfico ou econômico pelo experiencial, no confronto com situações não convencionais e realizando mapeamentos do cotidiano, encontrando elementos para ver no *happening* a superação da arte na amplificação da percepção. (fig. 9)

↖ Fig. 8 Mapa de Karlsruhe.
Cidade circulatória.
S. XVIII.

← Fig. 9. Traçado dos trajetos
de uma estudante.
Paris. Distrito XVI.
1952.

↙ Fig. 10. Mania puerperal.
Estado agudo e convalescente.
Hugh Welch Diamond.
1858.

o aspecto emocional que permita categorizar a *ânima* humana na nova interatividade socioeconômica que surge.

No século XIX, a criação da fotografia possibilita fazer uma análise mais profunda e nítida da expressão humana – portanto anatômica – e do evento, este sendo resultado da *operação* do sujeito com a sua realidade. O psiquiatra Hugh Welch Diamond (1809-1886), quando assumiu o cargo de Chefe do Asilo do Condado de Surrey, mudou os procedimentos para observar os avanços de seus pacientes ao instaurar a fotografia no processo de registro do tratamento (fig. 10). Este método tornou perceptível a mudança da emotividade do paciente na terapia, ao convertê-lo em imagem e fluxo, em informação para ser analisada no processo médico. De fato, a emotividade – estado emocional – aqui surge no confronto comparativo das imagens com o paciente, mas este *lido* em uma *linha de tempo*, no transcurso que as imagens capturam, faz visível o imperceptível, *sujeitável*.

Ao mostrar fragmentos capturados de realidade, a fotografia permite perceber o que o ser humano é incapaz de capturar por seus sentidos, devido às suas *imperfeições* e à sequência ininterrupta na qual a realidade se manifesta. Não se trata do escalpelo no cadáver ou do diagrama no corpo, é na tecnologia de captura que a realidade é esquadrinhada e (re)descoberta, e, com ela, nosso constructo espaço-temporal, conseqüentemente também nosso sentir. O interesse se centra na relação corpo-estímulo.

De acordo com Susan Sontag, “(...) as imagens que desfrutam uma autoridade quase ilimitada em uma sociedade moderna são sobretudo imagens fotográficas; e o alcance dessa autoridade decorre das propriedades peculiares das imagens tiradas por câmeras” (SONTAG, 2004, p.170). Neste sentido, tanto a luz que a fotografia arrojou sobre o mundo, quanto a eletricidade que fez compreensível o corpo e suas manifestações gestuais, geram bases para a criação de “uma nova fisiologia calcada experimentalmente em análises quantitativas que pudessem reduzir funções orgânicas à física e à química e assim, transformá-las em dados matemáticos e visuais” (NOVAES *et al.*, 2003, p.319). Assim, preparam o terreno para as misturas socioeconômicas e neurológicas da *objetualização das emoções*.

As pesquisas de Guillaume Duchenne (1806-1875), publicadas no trabalho *Mécanisme de la physionomie humaine ou analyse électro-physiologique des passions applicable à la pratique des arts plastique* (1862) (fig. 11), permitem pensar em uma *anatome animata* – um corpo que literalmente se expressa “animado” por tensões musculares, controladas bio-eletricamente pelo

↖ Fig. 11. Cargas elétricas sobre nervos do paciente.
Guillaume Duchenne
1862

↑ Fig. 12. Estudo sobre o caminhar.
Jules Marey

1884.

← Fig. 13. Mulher descendo a escada
Marcel Duchamp.
1914.

cérebro em resposta aos processos de percepção e ação no cotidiano, dando como resultado os gestos que descrevem um comportamento e/ou uma reação emocional perante determinados *ambientes*, assim desembocando no que Duchenne chamou de “a ortografia da expressão facial em movimento”. (DUCHENNE, 1990, p.2)

Charles Darwin (2000), seguidor do trabalho de Duchenne, do qual fez uso das fotografias para o livro “*A expressão das emoções no homem e nos animais*”, afirma que “sempre que determinadas mudanças nas feições e no corpo exprimirem as mesmas expressões nas diferentes raças humanas, podemos inferir, com grande probabilidade, que estas são expressões verdadeiras, ou seja, que são inatas ou instintivas” (DARWIN, 2000, p.24). Assim, conclui-se que a expressividade emocional pode ser categorizada e universalizada, mas, por outro lado, o emocional mantém um componente *primitivo*, que, embora mediado pelos estatutos sociais e reprimido no controle do comportamento, deixa-se quase visível, na sua *instintividade/instantaneidade*, no estado puro da emoção.

Na produção material, a relação cotidiana e obrigatória com o instrumental tecnológico, seja para a captura e produção de informação, seja na produção de bens e leitura da realidade, deixa evidente que o trabalho desenvolvido por Duchenne segue de perto os caminhos da fragmentação do movimento do corpo humano na técnica cronofotográfica de Marey e Muybrigde (fig. 12): “pressupõe uma relação mecanizada, intermediada pela máquina, em qualquer um desses aparelhos ópticos do período pré-cinema (...)” (NOVAES *et al.*, 2003, p.324), ao influir nas vanguardas artísticas, que, explorando suas técnicas em um permanente dialogo com a tecnologia dão forma estética e poética na união entre produção estética e tecnologia imagética (fig. 13). Isso confirma a mecanização da percepção e da realidade, como põe em evidência que a evolução da espécie — já definida por Darwin — é uma justaposição de adaptações que têm como tela de representação o corpo. Essas intenções finalmente dão *corpo à alma* como uma função a mais, Jean Baudrillard de forma lúgubre disse:

Eletrocutada, lobotomizada, a alma não é mais que uma circunvolução cerebral. É provável, aliás, que um dia os nossos sábios neurologistas possam localizá-la no cérebro, como a função da linguagem ou a posição vertical. Dependerá do hemisfério direito ou do esquerdo? (1997, p.43)¹⁰

Marx, ao observar a mudança do capitalismo mercantil para o de consumo, percebe que o papel da tecnologia nos processos de produção afeta a constituição das classes sociais, mas principalmente a adaptabilidade do corpo na estrutura do *corpus social*:

¹⁰ Electrocutada, lobotomizada, el alma no es más que una circunvolución cerebral. Es probable, además, que un día nuestros sabios neurólogos lleguen a localizarla en el cerebro, como la función del lenguaje o la posición vertical. ¿Dependerá del hemisferio derecho o del izquierdo? (tradução nossa)

O hábito de uma função única o transforma em órgão infalível dessa função, ao passo que a conexão do mecanismo total o leva a trabalhar com a regularidade de uma peça de máquina. As diferentes funções do operário coletivo mais ou menos simples ou complexas, inferiores e superiores, exigirão de seus órgãos sua força de trabalho individual, graus diferentes de desenvolvimento, possuindo então valores diferentes. (MARX, 1978, p.73)

Assim, a indústria produz novas necessidades ao criar as condições nas quais os sujeitos adquirem novas sensações, explorando o limite da *máquina humana* na interatividade do trabalho industrial, *na operação*¹¹ (fig. 14):

Todos os estudos de fisiologia que culminaram no registro do movimento acabam criando um indivíduo capaz de satisfazer as exigências de produtividade do sistema econômico, do capitalismo resultante da Revolução Industrial, ou seja, a necessidade de um controle mais aperfeiçoado na coordenação entre olho e mão, na atenção dirigida, no tempo de reação (...) (NOVAES *et al.*, 2003, p.324)

Em meio à exploração sociotecnológica, o corpo se adapta a novos aspectos da percepção no contato com o material do trabalho e no anímico de suas sensações, criando *estereotipias* que substituem por comportamentos artificiais o que outrora era *natural/real*, para que assim legitimarem o *status quo* dominante (MAUER, 1999, p.109). Mas, com isso, também se oferecem novas formas de percepção estética e o poder artístico do fragmento, para explicar em parte a relação *fetichismo-mercadoria* e *emoção-capitalismo*, mas deixa evidente que a arte se desenvolve por meio de estilemas que descrevem *particularmente* a linguagem artística, uma realidade fragmentada, discreta, para ser reorganizada na estrutura compositiva (fig. 15):

Segundo Jorge Coli (2002), esse fascínio pelo humano que se desmembra, pela manipulação das partes faz emergir no âmbito da arte uma “substituição” da luxúria plena pelo fetichismo da parte, e é o inacabado o que fascina; um pedaço do corpo vale mais que o todo: Rodin e Courbet são exemplos de artistas que fabricam fragmentos. (SOARES, 2007, p.111)

Para compreender a operação do fragmento sobre os fluidos de capital e de emoção, os posteriores desenvolvimentos da psicanálise dão conta das manifestações emocionais como parte da dissociação do afeto de seus conteúdos. Estes, ligando-se a outros conteúdos, formam os sintomas, dissociando o desejo de seu conteúdo, criando aqui um desejo sem objetivo — anseia-se, mas não se sabe o que (CARDOSO *et al.*, 1987, p.480-481).

---

¹¹ Poder-se-ia dizer que os primeiros indivíduos de forma *massiva* que experimentaram com a interatividade tecnológica foram os *operários*, que em longos períodos de trabalho se enfrentaram com ações repetitivas ligadas a *produção* e a exigência da máquina, adaptando seu corpo à engrenagem da indústria. Hoje, a sociedade em geral faz-se operária na tecnologia com ações ligadas ao *cálculo*, adaptando seu corpo à informação do espetáculo.

↖ Fig. 14. Meninos operários.
Jacob Riis.
1909.

↗ Fig. 15. As mãos de Deus.
Rodin.
1898.

Fig. 16. Tipologia das emoções.
↓ Paul Ekman.
1985.

Fear
Upper eyelids raised

Disgust
Nose wrinkled

Anger
Jaw thrust forward

A partir daí, o corpo se comporta como sintoma e opera como interface entre o que *parece* o mundo real e o que o sujeito *acredita* como experiência do que percebe, para assim agir em *fantasmagorias*:

A perda da identidade como metamorfose, pela imersão em um universo cultural fantasmático, em que a imaginação inventiva se degenera e deteriora, esta é semente de uma tensão crítica para os deslocamentos dos pontos de referência (valores) exigindo uma visão ampla naqueles fundamentos que determinam as atividades do processo de viver e do saber do homem contemporâneo. (MAUER, 1999, p.115)

O trabalho de Paul Ekman, que continua com a ideia universalizada das emoções de Darwin, esquematiza e configura a “linguagem das feições”, ao distinguir quais músculos participam em cada tipo de manifestação corpórea e específica da emoção. Sendo *lida* como *técnica* evolutiva e cultural, o autor acredita “ter estabelecido firmemente elementos panculturais nas expressões faciais da emoção.” (EKMAN, 1970, p.152) (fig. 16), compondo um panorama surpreendente de como os seres humanos, em sua emotividade, são um só, formamos comunidade. *A emoção é o centro.*

Então, se a emoção é uma representação universal e homogênea nas culturas humanas, segue presente o elemento primitivo da evolução do ser humano no contexto contemporâneo, que sobrevive no capitalismo neoliberal graças à insistência em aplicar, nos padrões econômicos e políticos contemporâneos, dados do darwinismo social e seu princípio de *aptidão* da seleção natural, e da psicanálise e estudo das paixões. “Assim nos humanos, algumas expressões, como arrepiar dos cabelos sob a influência de terror extremo, ou mostrar os dentes quando furioso ao extremo, dificilmente podem ser compreendidas sem a crença de que o homem existiu um dia numa forma mais inferior e animal. (DARWIN, 2000, p.22). Em outras palavras: para um capitalismo selvagem, a emotividade como manifestação — primitiva, *animal* — dos impulsos e das paixões que “emburrecidas podem ser canalizadas para a obediência fanática, para a moda, para o consumo” (CARDOSO *et al.*, 1987, p.492). São “um elemento *estranho em mim*, e não se trata mais de integrá-la na minha vida, mas somente de submetê-la a um tratamento que a enfraquecerá ou exorcizará” (CARDOSO *et al.*, 1987, p.31), e, para seu controle, passam da regulamentação característica do período capitalista de produção para uma desregulamentação que focará a economia em aspectos emocionais no capitalismo de consumo.

Segundo Soares: “Também as lógicas dos tempos se inscrevem nos corpos, as lógicas do micro e macrocosmos dos séculos XV e XVI, a lógica mecânica do século XVII, a lógica energética do

século XIX, a lógica informacional do século XXI.” (SOARES, 2007, p.102) o que permite aplicar estes princípios para realizar tanto a sistematização das emoções, o seguimento espacial e comportamental dos indivíduos na sociedade, através da *algoritmia* do corpo e seus gestos, manifesto em obras contemporâneas como no caso do trabalho *Cheese* de Christian Möller (2003) (fig. 17), onde seis atrizes são *forçadas* a manter o sorriso frente a uma câmera, e dado o caso esta manifestação emocional decair, o sistema de leitura automatizado aciona um alarme, que indica à participante a voltar ao estado emocional antecedente. Nesta obra se demonstram como a indústria do espetáculo demanda valores emocionais, submetendo-os a normas do *socialmente correto* de tipo *comportamental*, e o aumento da relação indivíduo-tecnologia, seja na sua interação com ela ou na significação permanente da produção capitalista por meio das técnicas imagéticas. Isto se traduz na necessidade do capitalismo contemporâneo de converter a emoção em valor de gozo e valor de troca: *a sensação captura a percepção no espetacular*¹².

Portanto este tipo de pensamento e prática estabelece formas para submeter uma análise da conduta humana através de *transmutar* o *ânimo* em informação, e, com isso, fundir a ideia do sujeito como objeto no espaço econômico-político contemporâneo, seguindo assim o raciocínio de Milton Santos: “Sem dúvida, o espaço é formado de objetos; mas não são os objetos que determinam os objetos. É o espaço que determina os objetos: o espaço visto como um conjunto de objetos organizados segundo uma lógica e utilizados (acionados) segundo uma lógica” (SANTOS, 2008, p.40).

O antropocentrismo agora projetado no contemporâneo virou narcisismo. O anímico se manifesta na necessidade permanente de algo que complemente o indivíduo, não sendo localizado no objetivo, e sim atuando na subjetividade radical: “O outro pode não estar *sempre*; o outro não pode dar *tudo*; e, o que é pior: eu não posso lhe dar tudo. A realidade se instala mais uma vez entre os-dois-que-tentavam-ser-um e revela o que estava sendo negado: a falta; mais uma vez e sempre, a falta.” (CARDOSO *et al.*, 1987, p.479).

O narcisismo que nasce da impossibilidade e da fraqueza das paixões frente ao liberalismo semiótico que o mercado oferece, é um resultado das formas lógicas com que ocidente significou o mundo através de:

---

12 Os aspetos do trabalho de Möller se evidenciaram no uso cotidiano da tecnologia, no caso da introdução ao mercado das câmeras *smile shutter* de Sony em 2007, que usando um algoritmo com as mesmas particularidades de *Cheese*, ativa a câmera com o sorriso dos fotografados. Entende-se com isto que a captura esta determinada não pelo fotografo, mas na leitura algorítmica do entorno pela tecnologia, e o fora de campo da fotografia, convencionalmente ligado ao estar fora da área de captura da lente, agora se faz incluso na participação emotiva da ação fotográfica: “ou sorri ou fica fora”. (fig. 18)

↑ Fig. 17. Cheese.
Christian Möller.
2003

↓ Fig. 18. Smile shutter.
Sony.
2007

Smile Shutter

Procedimentos empíricos destinados a identificar os tipos de representações mentais do espaço que as pessoas normalmente utilizam, sugerem que, na imensa maioria das vezes, os sujeitos contemporâneos tendem a localizar elementos variados em relação a partes de seus próprios corpos (particularmente os olhos e a cabeça) ou do corpo como um todo. Em consonância com as proposições de De Certeau, predominam, por tanto, as representações espaciais do tipo egocêntrico. (FRAGOSO, 2005, p.53)

Poder-se-ia afirmar que a estruturação do espaço capitalista baseia-se na inversão do olhar: uma perspectiva para dentro, para nosso corpo como microcosmos. Seria “descrever novamente o oco como uma plenitude de próprio direito” (SLOTERDIJK, 2006, p.36)¹³, como uma espécie de esvaziar-se, “projetando-se” nos objetos que descrevem sua emotividade, como órgãos externos de personalidade e identidade, o sujeito vira “uma massa descarnada, feita de informação, essa mesma massa de dados duplica sua existência como telepresença e presença física” (BEIGUELMAN, 2004).

Qual saída tem a sociedade contemporânea ante as *emergências do mesmo*? A estética na contemporaneidade apresenta a função de *estimuli* para o consumo, para expandir a fantasmagoria? Talvez a cura para estas *doenças* proceda da mesma forma que provoca estas *emergências*: “A modernidade não é só a repetição do idêntico. Na estética, para Benjamin, ela é a consciência dos artistas que a expressam criticamente” (CARDOSO *et al.*, 1987, p.501).

Eis que nosso percurso entra nos terrenos da produção estética e da emotividade.

1.2 Arte técnica e propaganda: das sintagmáticas da indústria à semiurgia do espetáculo

Nesta segunda parte do capítulo I, a discussão se centrará no contexto da produção imagética que surge com a revolução industrial. Além disso, irá abordar as caracterizações que as vanguardas artísticas do século XX proporcionam à relação produção–consumo.

A arte, no período industrial, enfrentou uma crise que se observa na discussão da estética hegeliana sobre o romantismo e a decadência da arte moderna por seu “politeísmo estético”, por ser “versátil” e pela “falta de autolimitação”. Por isso, a arte moderna foi determinada por “estilemas”, astúcias pessoais e criatividade da “arte livre” burguesa (LIFSHITZ, 1981, p.69-70), sobressaindo o papel do egocentrismo e do *autoral* no âmbito contemporâneo. Na visão de Marx, existe uma forma de salvar a arte em uma época onde reina o *interesse pessoal* descrito no *pessimismo* de Hegel: “Marx via a solução na identificação da individualidade do artista

---

¹³ “describir nuevamente lo hueco como una llenura de propio derecho” (Tradução nossa)

com um princípio político definido, no ‘acento e dialeto’, aberta e vigorosamente enfatizados, de um partido político” (LIFSHITZ, 1981, p.70).¹⁴

Assim, o nascimento das vanguardas, com a proposta *tanato-lógica* de pregoar a morte da arte, diz da impotência da arte que repetiria os estilemas do passado e com isso o *status quo* da burguesia. Desta forma, propõe a reconstrução de uma arte que se una com a vida em uma proposta *ero-lógica*, na utilidade de sua estética, e que tem como centro o ser humano e sua cotidianidade no entorno urbano-industrial (fig. 19-20), sendo aspetos que Duchamp explorava nos *ready-mades* (fig. 21), como circunstância da produção industrial e das discussões sobre a validade da arte. Seguindo este caminho, o movimento construtivista russo e o movimento da Bauhaus na Alemanha, a partir de preceitos sociopolíticos, fazem coerente a produção industrial e imagética na sociedade moderna:

Meios de comunicação de massa, destinados a uma reprodução industrial para um “espectador de massas”; remete com isso à ideologia produtivista da “arte democrática”, cuja finalidade é produzir “objetos socialmente justificados por sua forma e seu destino” (LECLANCHE-BOULÉ, 2003, p. 5)¹⁵

Mas se deve observar que essas bases nutrirão o capitalismo de consumo. Os elementos que permitirão aprofundar essa análise baseiam-se na interação que o mercado propõe no ambiente consumista, a qual é gerada pela tendência das vanguardas a estetizar a vida e pela necessidade do sistema capitalista de justificar a mais-valia a partir da ideia da estética industrial como linguagem *universalizante*. Segundo Baudrillard: “Por outro lado: (com a Bauhaus) todo o ambiente se torna significante, objectivado enquanto elemento de significação. ‘Funcionalizado’ e liberto de qualquer implicação tradicional (religiosa, mágica, simbólica), torna-se objecto de um cálculo racional de significação” (BAUDRILLARD, 19-?, p.241).

A construção de categorias para definir a produção e as mercadorias impõe, em correspondência aos trabalhos científicos enumerados anteriormente, o uso de práticas tecno-científicas na produção estética – que determina no urbano a cidade como *interface*, e, paralelamente, consolida o nascimento da publicidade, do *design* na vanguarda artística, como semiurgia da experiência tecnológica e informacional. Um mundo feito de fluxos de signos, como diria El Lisitsky: “(...) há que se levar em consideração o fato de que o homem moderno (sobretudo nas grandes cidades) está imerso em um mundo de inscrições e cartazes. É, pois, muito mais útil exibir a mercadoria que nomeá-la (...)” (LISITSKY, 1924 *apud* LECLANCHE-

14 “Marx veía la salida en la identificación de la individualidad del artista con un principio político definido, en el ‘acento y dialecto’, abierta y vigorosamente enfatizados, de un partido político” (Tradução nossa)

15 “(...) medios de comunicación de masa destinados a una reproducción industrial para un ‘espectador de masas’; remiten con ello a la ideología productivista del ‘arte democrático’ cuya finalidad es la de producir ‘objetos socialmente justificados por su forma y destino’” (Tradução nossa)

↑ Fig. 19. Logo da Bauhaus.
Oskar Schlemmer.
1922.

↓ Fig. 20. Logo da Vjutesmas.
Vesnin.
1920.

→ Fig. 21. Secador de garrafas.
Marcel Duchamp.
1914-1921

BOULÉ, 2003, p.218).¹⁶ Este tipo de experiência altera as formas como as que o artista cria, já que o contexto das vanguardas define princípios teóricos *apriori* à criação, substituindo a óptica pela fonética, a relação contemplativa do espectador pela interação do usuário e juntando o funcionalismo de produção à estética, mas procurando *poéticas* como equivalentes plásticos à linguagem do *poeta* (fig. 22).

Além disso, as teorias que se desdobraram da apropriação da arte técnica construíram também sintagmáticas políticas e institucionais, que se percebem no culto ao “eu” e à “personalidade” do stalinismo, do fascismo e do nazismo, e que aderirão ao capitalismo pós-guerra. Goebbels define as funções do artista na propaganda do seguinte modo:

Isto requer uma atenção alerta aos acontecimentos do dia, e uma criatividade treinada e viva que deve incluir o conhecimento completo da alma das pessoas. As pessoas devem ser entendidas desde o mais profundo de si, ou entendidas intuitivamente, porque só então se pode falar de um modo que as pessoas compreendam. A propaganda deve ser a ciência da alma das pessoas. Requer um sistema organizado e útil si se quer ter êxito em longo prazo. (GOEBBELS, 1934)¹⁷

Disso, postula-se outra contrariedade ao pensamento hegeliano e marxista, que justificam a regulamentação da imagética no poder institucional. Por um lado, o hegelianismo propõe uma vigilância para limitar a produção artística e manter o estado absoluto; por outro, o marxismo indica que a individualidade artística deve estar definida no “acento” político. Dão-se, dessa forma, os princípios necessários com os quais se definem imageticamente os regimes autoritários e institucionais, sustentando o domínio sobre as massas populares, projetando um individualismo quase *espiritual*, como nos cartazes do período desenhados por Xanti para Mussolini (fig. 23) ou os desenhados para Hitler com fotografias de Heinrich Hoffman (fig. 24), uma visão unitária do *estado-mundo*, sobre o qual Hitler reflete:

Toda propaganda deve ser popular e estabelecer o seu nível espiritual de acordo com a capacidade de compreensão do mais ignorante dentre aqueles a quem ela pretende se dirigir. Assim a sua elevação espiritual deverá ser mantida tanto mais baixa quanto maior for a massa humana que ela deverá abranger (1983, p. 121)

16 “Hay que tomar en consideración el hecho de que el hombre moderno (sobre todo en las grandes ciudades) está inmerso en un mundo de inscripciones y carteles. Es pues mucho más útil exhibir la mercancía que nombrarla” (Tradução nossa)

17 This requires alert attention to the events of the day, and a trained and lively creativity that must include a complete knowledge of the soul of the people. The people must be understood in their deepest depths, or intuitively understood, for only then can one speak in a way that the people will understand. Propaganda must be the science of the soul of the people. It requires an organized and purposeful system if it is to be successful in the long run. (Tradução nossa)

↑ Fig. 22 Para a voz.
Mayakovsky/Lisitsky.
1923.

↙ Fig. 23. Mussolini.
Cartaz de Xanti.
1934

↘ Fig. 24. Um povo, um reino, um chefe
Cartaz de Heinrich Hoffman.
1933

A *democracia* participativa está presente no discurso construtivista através do interativo nas comunicações e nas artes, onde a participação coletiva-proletária define a arte em relação com a vida, como enuncia o programa da *ProletKultur* em 1918:

O proletariado deve tomar os tesouros da velha arte, projetar sobre eles sua própria luz crítica e interpretá-los de um modo novo, próprio, pondo de manifesto seu oculto fundamento coletivo e seu sentido organizativo. Então eles serão patrimônio valioso para o proletariado, arma na sua luta contra o velho mundo que os há criado, e arma também na construção de um mundo novo. A transmissão da herança artística deve ser realizada pela crítica operária. (MOSQUERA, 1989: p. 146)¹⁸

Dita democracia suspende-se na ordem política totalitária, na obrigatoriedade dos indivíduos a estar permanentemente conectados ao sistema icônico-imagético¹⁹ dos meios massivos, que representam na cenografia político-institucional o espaço público-social; com aquilo se tinha a escura esperança de fundar um *sensus communis*, para projetar o imaginário ideológico-político ao instrumentalizá-lo nos indivíduos.

Leni Riefenstahl tenta igualar a concepção do indivíduo com a perfeição clássica do *atomo* individual, de forma inversa aos construtivistas, que tentavam nivelar o indivíduo no trabalho coletivo, como sujeito independente, mas não isolado. Em seu trabalho, Olympia (1938) (fig. 25) identifica o atleta com o mármore eterno da escultura grega, o que levou à constatação de que “o projeto nazista foi um projeto estético: tornar perfeito um mundo imperfeito” (NOVAES *et al.*, 2003, p.313).

Os trabalhos de Speer, especificamente com a catedral de luzes (1934) (fig. 26), mostram um interesse por categorias ambientais dos espaços arquitetônicos urbanos, com elementos conceituais similares aos encontrados nos trabalhos dos construtivistas russos como são os *prouns* (fig. 27) — como extensão da arquitetura na pintura — e os projetos de montagem comercial e tipográfica à escala ambiental (CARTER, 2001, p.17). Esses trabalhos propõem o uso fragmentado das imagens e dos meios, a troca da *cena* pela *cenografia* e a fragmentação

18 El proletariado debe tomar los tesoros del viejo arte, proyectar sobre éstos su propia luz crítica e interpretarlos de un modo nuevo, propio, poniendo de manifesto su oculto fundamento colectivo y su sentido organizativo. Entonces serán patrimonio valioso para el proletariado, arma en su lucha contra el viejo mundo que los ha creado, y arma también en la construcción de un mundo nuevo. La transmisión de la herencia artística debe ser realizada por la crítica operaria (Tradução nossa)

19 “Deste princípio bem conhecido deriva o corolário da *iconocracia*, é dizer, que aquilo que se vê existe e quanto mais se vê mais existe e mais importante é. E das exigências da iconografia deriva a lógica do Estado-espetáculo, com suas liturgias e seus ritos públicos, destinados a mantê-lo perpetuamente focalizado por parte dos meios de comunicação” (Gubern, 2000, p.53).

“De ese principio bien conocido deriva el corolario de la iconocracia, es decir, que aquello que se ve existe y cuanto más se ve más existe y más importante es. Y de las exigencias de la iconocracia deriva la lógica del Estado-espectáculo, con sus liturgias y sus ritos públicos, destinados a mantenerlo perpetuamente focalizado por parte de los medios de comunicación” (Tradução nossa)

↑ Fig. 25. O Fauno.
Leni Rieffenschahl.
1938.

↓ Fig. 26. Catedral de luzes.
Albert Speer.
1934.

→ Fig. 27. Tribuna para Lenin. (Proun N° 85)
El Lisitski.
1924.

do olhar do sujeito – que, no caso específico de Speer, se reconfiguraria na união *sujeito/objeto*; já no evento, *provocaria* o encontro *espectador/obra*. Essa experiência estética que surge desse encontro geraria finalmente o espaço *psicofísico* para que as *ideias feitas* se representem em nossa emoção, como *expressão* desse choque, eliminando as ideias que se fazem²⁰, e assim o sujeito substitui seu imaginário por um *preconcebido*. Um lugar para a impossibilidade da arte ou para uma arte institucionalizada.

Este tipo de desenvolvimento fortalece as bases do capitalismo de consumo, que se inicia no findar da IIª Guerra Mundial, com o ingresso da teoria estética moderna nos Estados Unidos, através dos artistas procedentes da Bauhaus, que fugiram do III Reich, bem como dos cientistas nazistas capturados, que trazem com eles as tecnologias militares e de produção imagética da propaganda.

Os efeitos de pós-guerras como a desesperança, impotência frente ao estatal, competitividade industrial, globalização das comunicações e bipolaridade política, brindam os elementos necessários para reconhecer uma dualidade da arte: a união com o estado corporativo e a estruturação da sua linguagem como *possibilidade*; e a outra, sua resistência, como *necessidade*.

Os movimentos artísticos contemporâneos se debatem nisso. É visível que a arquitetura eletrográfica de Las Vegas (fig. 28) feita para suportar a imaterialidade da luz, cinemática, a arquitetura conceitual de Archigram (fig. 29) feita para imaginar-se, para modular *entornos*, para criar ambientes, e o movimento Pop Art estadunidense (fig. 30) que se faz do reflexo da cultura de massas para se mostrar na técnica, obedecem à reestruturação do imaginário social que a tecno-indústria e seus avanços em comunicações, a carreira aeroespacial e os novos materiais exerceram no coletivo, o que acontece pela *semiurgia do capital*:

Como operador, este sujeito controla e manipula técnicas através das quais vive uma experiência íntima que transforma a percepção que tem do mundo: *a experiência tecnestésica*. As técnicas lembremo-nos, não são somente modos de produção, são também modos de percepção. (COUCHOT, 2003, p.15)

No caso do grupo *Fluxus*, ao reintroduzir o conceito de *arte total*, como as manifestações artísticas do *happening*, performance e vídeoarte, invertem os valores que Duchamp alterou com o *ready-made* ao ver a arte como *produto* do cotidiano, possibilita na arte contemporânea a

---

20 Aqui se propõe uma inversão de valores, de acordo com Henri Bergson, frente ao *bom sens*, destacado no livro de Gadamer e citado no presente trabalho. Neste caso, ao opor-se ao racionalismo, o vitalismo de Bergson permite evidenciar que, além dos sentidos - o *milieu social* (meio social) -, o *sens social* é construído, mais na tarefa (Aufgabe) quanto dom definido adapta os princípios gerais à realidade. As *ideias feitas* pressupõem um método racional de concepção da realidade, de instauração de leis, de aceitação coletiva, não um modo de fazer coletivo.

Fig. 28. Rua Fremont (FSE).
Las Vegas.
1992.

Fig. 29. Instant City.
Peter Cook / Archigram
1969

Fig. 30. Lenin Vermelho.
Andy Warhol.
1987.

Fig. 30. Lenin Vermelho.
Andy Warhol.
1987.

experiência como resultado dos comportamentos, como a *obra em si* (fig. 31), e o *evento* surge como espaço transformado a partir dela; mas permite integrar o evento na publicidade e no branding como pedra angular da ação imagética no espaço social, das técnicas do *performance*, *happening* e *vídeoarte* aos *flashmobs*²¹, *videoclipes* e comerciais. Se a arte no uso de múltiplos meios se integra à vida, o branding radicaliza esta tendência ao integrar a arte a sua superestrutura de produção no espetáculo:

(...) Ali tem destaque o polêmico tema da morte ou permanência dos projetos das vanguardas históricas, e, especialmente, a eleição e inclusão dos discursos de artista que continuam polemicamente a experimentação da relação entre a experiência artística e distintos comportamentos e objetos do cotidiano. Considera-se assim em um dos capítulos uma obra ambiental que busca “criar uma obra através do comportamento das pessoas para transformá-las em experiência”, procedimento explicitamente inverso ao elegido por Marcel Duchamp na segunda década do século. Duchamp havia pegado objetos extraídos ‘do ritual cotidiano’ para transferi-los ao lugar da arte”. (SAN MARTÍN, 2003, p.10)²²

O cotidiano, enquanto espaço vivo, servirá de pauta para propor uma postura política nas artes através do situacionismo, impulsionado por Debord e a Internacional Situacionista (1957), que acha elementos revolucionários para enfrentar a toma dos espaços urbanos e comunicacionais por parte do capitalismo espetacular, e usando a autocrítica, a inversão e a negativa no desvio (*détournement*), apela a um espírito radical na releitura da arte e sua função política.:

Em 16 de janeiro, estudantes revolucionários de Caracas atacaram à mão armada a exposição de arte francesa e levaram cinco quadros pelos quais eles propuseram em seguida a restituição em troca de prisioneiros políticos. Os quadros foram retomados pelas forças de ordem, (...) outros camaradas jogaram alguns dias depois sobre o caminhão da polícia que transportava os quadros recuperados duas bombas que infelizmente não conseguiram destruí-lo. Aí está manifestamente uma maneira exemplar de tratar a arte do passado, de repô-la em jogo na vida e sobre o que ela tem de realmente importante. (DEBORD, 1963)²³

21 Flashmob é uma ação organizada por grupos de pessoas que acontecem de forma inesperada. Mas este tipo de ação que nasceu nas redes sociais com fim de divertir-se, ou como forma de manifestação social e política, foi apropriado por campanhas publicitárias para fins comerciais e de alto impacto em nichos de mercado. Veja-se o flashmob de Coca-cola disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=620ZIVn_uno> Acessado em 7 de dezembro de 2011.

22 “...Allí toma su lugar el polémico tema de la muerte o permanencia de los proyectos de las vanguardias históricas, y especialmente encontré de especial interés la elección e inclusión de discursos de artista que continúan polémicamente la experimentación de la relación entre la experiencia artística y distintos comportamientos u objetos de la cotidianeidad. Se considera así en uno de los capítulos una obra ambiental que busca “crear (reportar) una obra a través del comportamiento de las personas para transformarlas en experiencia”, procedimiento explícitamente inverso al elegido por Marcel Duchamp para la definición del ready made en la segunda década del siglo. Duchamp había tomado objetos extraídos ‘del rito de la cotidianeidad, para transferirlos al lugar del arte’” (Tradução nossa)

23 Ações do tipo marcaram também o surgimento de grupos insurgentes inspirados em praticas situacionistas, o M-19 (Movimento 19 de abril), que antes da sua aparição pública, em 17/01/1973 publica em vários jornais colombianos uma “campanha de expectativa” com frases como “falta de energia? Inatividade? espere”

No exemplo anterior, é claro que a ação praticada procurava a atenção das mídias, mas deslocando a ordem semiótica dos elementos inseridos no ato, fazendo com que a arte *ocupe* um lugar *ativo* na situação, e exemplifica sua fabricação para irromper no cotidiano, alterando com aquilo a percepção das situações convencionais e midiáticas, o seu consumo, uma fabricação de um espetáculo.

O espaço social serve de meio que faz da presença total da imagem ao vivo, uma instância que abarca as atividades da vida e se torna representação da produção anárquica e irrefreável de bens de consumo. É o espaço — *espaço das coisas* — que precede qualquer instância e que nos (*pre*)ocupa. Este espaço não se resolve no acontecimento, mas no *evento*, como estado de emergência que define o *sensu comum*. O evento é a existência social do acontecimento; seu estado de *verdade, validade e realidade* define-se na instantaneidade do olhar dos indivíduos além do espaço público, que, desmaterializado, em resposta “materializou as técnicas de comunicação como único espaço possível” (BUCCI, 2007, p.5).

Percebe-se que a modificação do conceito *entorno-ambiente* e dos limites *público-privado* através da experiência no evento na arquitetura, na arte contemporânea e no mercado, tornam-se *autorreferenciais*, manifestando em sua existência *implícita* o que se converteu em norma no *explícito*. Ou seja: que o íntimo e a subjetividade hoje transitam como informação pública, como resultados da experiência, e que as técnicas criadas no seio da revolução industrial e das vanguardas se transformam em *engenharias emocionais* (HUXLEY, 1999), nas quais o importante é permitir a manifestação particular da atmosfera no ambiente por meio da tecnologia, uma personalização do espetáculo. O conhecimento se reduz ao saber *info-gráfico-ideológico* das marcas e nossa fidelidade, à função de troca transforma à experiência em valor de gozo. Mas assim, também se apresenta outra questão, o “fazer sensação” não deve ser tomado só como um simples processo anímico individual, mas como um processo de tensão, de fermentação sociopolítica. (TÜRCKE, 2010, p. 109)

De tal modo, essa experiência tecnológica traz consigo formas de perceber a realidade a partir de novos modelos de percepção, em um estado de experimentação da situação, da experiência da vivência, que, segundo Ana Claudia Mei Alves de Oliveira:

Os espaços virtuais criados são como que cenários imateriais para levar o corpo do sujeito a experimentar diferentes as sensações e as percepções

---

ou “já chega”. O 19/04/74 roubaram a espada de Bolívar como signo histórico de independência, que permaneceria em seu poder aproximadamente 14 anos. Veja-se: <<http://www.eltiempo.com/eltiempoimpreso/index.php?modeq=poranio&anio=1974>> Acessado em 16/07/2012

dos sistemas de mudanças e de transformações que estão instaladas no corpo mesmo. As situações em que os sujeitos atuam são instaladas como meios para levá-los a se aperceberem dos modos como esses sistemas intervêm nos estados de existência de cada um, ao mesmo tempo em que os levam, pela vivência, a se darem conta do que esses geram nos outros que os circundam. (DOMINGUES, 1997, p.224)

O artista (quanto o *usuário*) em nossos dias tem que lidar na interatividade do cotidiano com o valor de troca, já que “o processo de troca identificou-se com os usos possíveis, os sujeitou” (DEBORD, 1997, p. 33), e materializar-se no espetáculo, como espetáculo em ação, em outros desdobramentos:

A guerrilha midiática é uma prática, uma maneira diferente de se relacionar com os meios de comunicação de massa. Ou seja: o abandono da recriminação e a adoção de um retrovírus, uma prática *lúdica* que exorciza, enquanto tal, a desinformação praticada pelos mass media, redimensionando, *aos nossos olhos*, seu poder. A passagem preliminar é a de eliminar a paranóia e aceitar o desafio. (BLISSETT, 2001, p. 28)

Como se materializaram as comunicações no contexto do mercado? Como as técnicas artísticas consciente ou inconscientemente ilustram e impõem o poder do capital sobre uma sociedade? Como nossa transformação em objetos estaria ligada ao espaço da *internet das coisas* e às sintagmáticas corporativas? De que modo nossa emoção vira valor de troca no seu valor de gozo? Pode-se agir artisticamente a partir de uma estética do *fascínio*? Isto será aprofundado no próximo sub-capítulo.

1.3 Branding como arte total: experiência estética e engenharia emocional no capital

Neste item, os conceitos esboçados anteriormente permitirão indagar como o experiencial, que emana da relação entre sujeito e mundo — compartilhado no coletivo — é o elemento característico da proposta das vanguardas, do *design* e da arte moderna. A ideia é de envolver-se na organização da vida social através da ação artística nos meios de comunicação, nos campos de criação e recepção, para provocar uma atividade lúdica no *leitor-expectador* e interagir com ele no *jogo* (LECLANCHE-BOULÉ, 2003, p.186). Isto abre a discussão sobre como a percepção e a criação são influenciadas de forma multidisciplinar, mas sob o ponto de vista objetivo e determinado do capital: o *Branding*.

Os vanguardistas modernos que se uniram à indústria definiram-se pela intenção de solucionar as contradições entre estética e produção material: “Só sua existência ativa os fazia

cultura material; mas, por paradoxos do capitalismo industrial, não eram assimilados no sentido estético, simbólico, enfim, 'espiritual'" (MOSQUERA, 1989, p. 68).²⁴

Os estudos sobre a legibilidade, os usos misturados das técnicas artísticas, a *ergonomia* e as relações que, na comunicação, o ser humano estabelecia com os objetos, foi fundamental para gerar as bases das técnicas contemporâneas da comunicação, da propaganda e da arte. Com eles, surgiram as indústrias culturais e do espetáculo, e também seus usos a favor da manipulação das massas e ao estudo do comportamento humano, empreendendo a tarefa de propor, mediante a práxis das novas disciplinas das artes técnicas, uma teoria da percepção e da recepção da obra nos meios, na semantização permanente da produção imagética.

A experiência tecnológica situa a interação *peça-espectador* como espaço onde o indivíduo *expectante* se reestrutura significativamente em uma obra "onde as palavras, cortadas em sílabas ou em elementos insignificantes e recompostas segundo um esquema plástico ou expressivo, deixam atrás seu significado unívoco para carregar-se de sentidos múltiplos e acolher as projeções fantasmiais do leitor" (LECLANCHE-BOULE, 2003, p.193),²⁵ uma obra que sistematiza os *modus* de olhar na síntese dos fragmentos, dos estilemas, dos *tecnemas*, *espacializando* a percepção no sujeito — como no diagrama de visão 360° de Herbert Bayer (fig. 32) —, *mecanizando* a imagem que se desenvolve mais mimética, mais *simulada e antecipada*, *precisa*: "por outra parte, não é tanto a objetividade o que os construtivistas apreciam da fotografia senão o efeito que produz no público pela precisão mecânica da imagem gravada" (LECLANCHE-BOULE, 2003, p.5).²⁶

Mas essa reestruturação que opera no indivíduo a partir da *assimilação estética* usa a experiência para transmitir os elementos do discurso corporativo, para transferi-los ao imaginário social; a arte democrática do produtivismo vira a arte corporativa do capitalismo no uso de modelos das relações humanas para a conceitualização da marca, da *vida é arte*: a *marca amiga*, a *marca amante*, a *fidelidade de marca*, então o *branding* opera além das marcas, através do profundo significado psicológico e sociocultural que o indivíduo confere nelas no processo de criação de significado (KLEIN, 2003, p.200). O trabalho de Minerva Cuevas faz palpável essa circunstância, ao usar a estrutura do branding para propor um "uso parasita" do sistema operante, onde resemantiza o corporativo *interferindo-o*, mas de tal forma que

24 "Su sola existencia activa los hacía cultura material; pero, por las paradojas del capitalismo industrial, no eran asimilados en el sentido estético, simbólico, y, en fin, 'espiritual'" (Tradução nossa)

25 "donde las palabras, cortadas en sílabas o en elementos insignificantes y recompuestas según un esquema expresivo plástico o expresivo, dejan atrás su significado unívoco para cargarse de sentidos multiples y acoger las proyecciones fantasmales del lector" (Tradução nossa)

26 "por otra parte, no es la objetividad lo que los constructivistas aprecian en la fotografía, sino el efecto que produce en el público por la precisión mecánica de la imagen grabada" (Tradução nossa)

usando a mesma estrutura comunicacional (cores institucionais, slogans, tipografias, etc.), estabelece com aquilo o “canal” de comunicação com o público por meio desses códigos, respeitando a forma institucional, no entanto alterando a mensagem, que resulta do uso da fidelidade da marca preexistente para uma resistência ideológica (fig.33), a apropriação no meio técnico da sintagmática corporativa.

Embora dita sintagmática se faça presente desde os primórdios da linguagem institucional no século XX, com Peter Behrens e o design da marca para AEG (Allgemeine Elektrizität Gesellschaft), se *compactuaria* no interesse de grupos comerciais como Olivetti, que rapidamente arma equipes de estudo interdisciplinares ao redor do que denominaram *Corporate Identity*, criando uma *tecnificação* da sintagmática corporativa que teve um *input* crescente desde os anos 70, de Norberto Chaves e Joan Costa às propostas de *branding* de Tom Peters, Kevin Roberts e Saatchi & Saatchi. A sintagmática é necessária tanto para a compreensão do produto, a marca e sua interação com os consumidores, como para estabelecer critérios e estratégias de campanhas de comunicação em um mercado competitivo. Era o que El Lisitski previa em 1924, e segundo Norberto Chaves:

Assim, a comunicação social, que em etapas anteriores se interpretava como um fenômeno referido a planos essencialmente extra-econômicos (político, cultural, etc), se assume hoje como um mecanismo especificamente econômico. O papel dos atuais *mass-media* fica homologado então ao da indústria do século XIX: deslocando o lugar da expressão do econômico, a paisagem fabril é substituída pela paisagem publicitária. (CHAVES, 2001, p.10)²⁷

É característico da obra de 0100101110101101.org *Nikeplatz* (fig. 34), que ao fazer uso do branding da marca Nike, cria uma montagem *high-tech* que serve de publicidade para sua proposta: mudar nomes de praças e ruas com seu nome institucionalizado. Nesta obra o espetacular aparece através da intenção dos artistas de gerar uma *performance hiperrealista*, uma alucinação coletiva, uma desarticulação do imaginário urbano fazendo uso da sintagmática corporativa, uma assimilação da linguagem corporativa no social, quem é, finalmente, o alvo das estratégias do branding: o imaginário urbano vira imaginário publicitário.

Essa *assimilação estética* muda as concepções em que versa o mercado a respeito da alienação, que se modifica ao observar-se o fenômeno do *branding* que a *dilui* tanto na desarticulação das classes sociais:

²⁷ “Así, la comunicación social, que en etapas anteriores se interpretaba como un fenómeno referido a planos esencialmente extraeconómicos (político, cultural, etc), se asume hoy como un mecanismo especificamente económico. El papel de los actuales *mass-media* queda homologado entonces al de la industria decimonónica: desplazando el lugar de expresión de lo económico, el paisaje fabril es sustituido por el paisaje publicitario.” (Tradução nossa)

↖ Fig. 32. Diagrama de visão 360°
Herbert Bayer.
1935.

↗ Fig. 33. Pure Murder.
Minerva Cuevas.
2004.

↙ Fig. 34. Nikeplatz.
0100101110101101.org
2003.

A ideia de Tom Peters é renunciar à produção e ao emprego, “os trabalhadores, em sua maioria, também ganham autonomia ao abandonar a idéia de ser empregados. (...) todos devemos incorporar nossa própria ideia - Uma marca chamada você.” (KLEIN, 2003, p.280)

Na desarticulação da relação entre produção e mercadoria através da publicidade que: “Embora pretendesse nos conquistar com seu glamour – não existia para iluminar o processo de fabricação, mas para obscurecê-lo” (KLEIN, 2003, p.374).

Na desarticulação do valor de uso no valor de gozo:

(...) a forma atual e eficaz de “domesticação” de todas as parcelas da população atingidas pela indústria e pela publicidade – mesmo aquelas consideradas insignificantes como mercado consumidor – é a sedução: troque suas paixões por um objeto. Ou pelo desejo de possuir um objeto. (CARDOSO *et al.*, 1987, p. 487)

E na desarticulação da relação entre emoção e estética, pela restrição e sistematização operante na imagética capitalista, tanto na produção, quanto na recepção:

Parece-nos, no entanto que mesmo nessas condições extremas, o público contemporâneo é capaz de realizar o movimento de projeção simbólica para o *ponto de vista* determinado pelas instâncias produtoras — na verdade, muitas vezes é incapaz de “não” realizá-lo. (FRAGOSO, 2005, p. 61-62) (grifo nosso)

Assim, o *telespaço* público começa a expandir-se nos usos dados pelos produtores publicitários e criadores, na incitação por parte da imagem ao vivo de fascinar através do encantamento técnico *ambiental-cenográfico*, participativo, ritual, *interativo*, expansão que permite a instalação do espetáculo como meio de experiência dessa desarticulação. Desde a exposição *Pressa* dos construtivistas ou a *Catedral de Luzes* dos Nazistas, às atividades interativas urbanas na arte, na arquitetura e na publicidade são evidentes em casos como: *Colours by numbers*, desenhado para Sony Ericsson pelo artista Erik Krikortz, o arquiteto Milo Laven e o *designer* de interação Looove Broms (fig. 35); o Shopping Center de Prada totalmente automatizado, desenhado por Rem Koolhaas; a obra *Vectorial Elevation* (fig. 36) do artista mexicano Rafael Lozano-Hemmer, que inclui o espetacular, a tele-presença e o interativo nos espaços públicos, chamando-o “arquitetura relacional” (MARK, 2006, p. 62) – que lembra as propostas de Speer, da arquitetura *electrográfica*, e da comemoração das torres gêmeas em 2002. Uma arquitetura cinemática, uma arquitetura de *ambientes*.

▮ Fig. 35. Colours by numbers
Krikortz, Laven, Broms.
2006.

← Fig.36. Vectorial elevation
Rafael Lozano-Hemmer.
1999.

↙ Fig. 37. Access.
Marie Sester.
2003.

Esta relação no interativo requer a presença do sujeito para *realizar-se no ambiente da semiurgia*, mas na redução indivíduo-objeto, afastando-o ou *varrendo-o na monumentalidade* do cenográfico, como dado-vetor no *especular* do espetáculo, como emoção na *fantasia* da imagética. Vale ressaltar como exemplo a obra *Access* (fig. 37), de Marie Sester, que, embora trate de conceitos como a vigilância e sua união com a tecnologia no *ambiental*, também nos apresenta essa dualidade entre ser vigiados e ser o centro de atenção, *o ponto de vista egocêntrico*.

O capital tende a se apropriar do mundo, materializando-o através da informação, porque, para ele, o fluxo de signos é o que caracteriza seu exponencial crescimento: “O que essas empresas produziam principalmente não eram coisas, diziam eles, mas *imagens* de suas marcas. (...) Sua grandeza aparente é simplesmente o caminho mais eficaz para alcançar sua verdadeira meta: livrar-se do mundo das coisas.” (KLEIN, 2003, p.28).

Esta dicotomia se acrescenta nos usos da tecnologia imagética. O telospaço público hoje é uma instância que agrega no ambiente a noção multimídia da tecnologia digital, articulando-se como *forma vazia* para abranger o *conteúdo virtual das redes de comunicação*, e onde o indivíduo (*sobjeto*) interage com seu entorno como *sistema inteligente, como ambiente*. Portanto:

Devemos definir os lugares, de agora em diante, como uma complexidade de dimensões físicas, simbólicas, econômicas, políticas, aliadas a banco de dados eletrônicos, dispositivos e sensores sem fio, portáteis e eletrônicos, ativados a partir da localização e da movimentação do usuário. Este nova territorialidade compõe, nos lugares, o território informacional. (LEMOS, 2009)

Nesta expansão do sujeito no ambiente, permite-se o ingresso na vida cotidiana das tecnologias em geral como *substituta*, como camada sobre a realidade, aumentando-a, virtualizando-a, expandindo-a, editando-a, como *suplantação* na adaptabilidade e elasticidade da *fantasmagoria*:

A espuma é o engano realmente existente — o não-existente como um existente ou como um simulacro do ser—, porém, uma alegoria da falsidade primeira, emblema da infiltração do insustentável no sólido – um fogo fátuo, um demais, um capricho, um gás dos pântanos, habitado por uma subjetividade suspeitosa. (SLOTERDIJK, 2006, p.29)²⁸

---

28 “La espuma es el engaño realmente existente -lo-no existente como un existente o como un simulacro del ser-, sin embargo, una alegoría de la falsedad primera, emblema de la infiltración de lo insostenible en lo sólido -un fuego fatuo, un demasiado, un antojo, un gas de los pantanos, habitado por una subjetividad sospechosa.” (Tradução nossa)

O conteúdo do virtual no *não-lugar* do teleespaço público verte-se no mundo real — ou cola *sobre* ele — substituindo-o em um simulacro total, em uma presença permanente da tecnologia no indivíduo. Segundo Lemos: “A mobilidade por redes ubíquas implica em maior liberdade informacional pelo espaço urbano, mas também, uma maior exposição às formas (sutis e invisíveis) de controle, monitoramento e vigilância. (...) Emergem aqui sérias ameaças à privacidade e ao anonimato” (2009b, p. 623). Espalha-se a concepção de privado como público, do fantasmagórico sobre o coletivo:

Não é mais verdade que o “público” tente colonizar o “privado”. O que se dá é o contrário: é o privado que coloniza o espaço público (...) Para o indivíduo, o espaço público não é muito mais que uma tela gigante em que aflições privadas são projetadas sem cessar, sem deixarem de ser privadas ou adquirirem novas qualidades coletivas no processo da ampliação: o espaço público é onde se faz a confissão dos segredos e intimidades privadas. (BAUMAN, 2001, p. 49)

A simulação da liberdade eletrônica ficou ao descoberto quando o coletivo RSG (Radical Software Group) criou o *CarnivorePE* em 2001 (fig. 38). Este trabalho faz referência aos programas criados pelo FBI chamados *Carnivore* e *DCS-1000*, os quais permitem que o governo estadunidense vigie imperceptivelmente aos usuários e suas comunicações eletrônicas, tendo a possibilidade de mapear os movimentos de informação, ao procurar palavras específicas e determinados contextos, favoreceu o desenvolvimento da busca semântica, inicialmente desde projetos de segurança digital é base das tecnologias da informação e o branding hoje²⁹. Este uso da tecnologia se ampara na atualidade na *lei patriota* que mudou as estratégias militares depois do 11-S. RSG ao mapear internet, oferece de forma segura a informação para usos artísticos como no caso de Entropy8Zuper!, Brucker-Cohen (fig. 39) ou Mark Napier, isto mantendo o anonimato dos navegantes, mas usando sua informação como *matéria plástica*.

Já com a *Internet das Coisas (IoT)*,³⁰ cada vez mais evidente, demonstra a objetivação e instrumentalização do mundo e a reiteração do espetáculo como termo para contextualizar o entorno como ambiente e a coisificação do sujeito:

---

29 Comerciantes líderes já estão olhando para além da alocação de ferramentas populares tais como ajustes de gastos históricos e modelos de marketing mix e incorporando novas ferramentas, tais como a segmentação com base no comportamento do consumidor, marketing de bancos de dados, análise Web e de modelagem de previsão, no planejamento de suas atividades de mídia. Estas são as empresas que destacam a melhor chance de “torturar os dados até que eles confessem”, como diz Paul Price, presidente mundial da agência de propaganda Rapp Collins. (VOLLMER, 2009: 10)

Leading marketers are already looking beyond such popular allocation tools as historical spending adjustments and marketing mix modeling and are incorporating new tools, such as targeting based on consumer behavior, database marketing, Web analytics, and predictive modeling, in planning their media activities. These are the companies that stand the best chance of “torturing the data until it confesses,” as Paul Price, global president of ad agency Rapp Collins, puts it. (Tradução nossa)

30 Internet of things. Sigla em inglês.

A Internet de Todo é um passo natural que se dá neste processo no que o mundo do “construído” se integra com o mundo do “nascido”. À medida que avança a evolução, o que talvez resulte ainda mais intrigante é que se pode pensar na Internet como algo que transporta átomos, não só bits (FTF, 2011, p. 9)³¹.

A vigilância e o monitoramento dos *sujeitos-objetos* que surgem da lógica desta noção da tecnologia, e que demanda da obrigatoriedade da conexão permanente e ubíqua do *Todo*, fragmenta o indivíduo e o espaço em duas realidades, uma em sua presença física e outra como dado controlado, em uma nova forma de ver comunidade através da tecnologia:

É importante frisar que é dito “NÓS” e não “ELES” ao sujeito tecnológico, este outro “eu que já tomou partido pelo mundo, que já se abriu a alguns de seus aspectos e sincronizou-se com eles”. Este ponto é importante, pois “EU” faz parte da mesma cultura tecnológica em NÓS. Em sistemas multiusuário, TODOS dialogam com TODOS e participam de um mesmo sistema-imagem. (LAURENTIZ, 2004)

Comunidade que pode ser definida em outras palavras, através de uma visão *objetualista* que o capital impõe, na sobre-exposição do espetáculo que a reduz: “Nacionalidade, linguagem, etnia, religião e política são reduzidas aos seus acessórios mais coloridos e exóticos, convergindo para nos garantir, como fez o presidente da Diesel, Renzo Rosso, que nunca há um ‘nós e eles’, mas simplesmente um imenso ‘nós’”. (KLEIN, 2003, p. 144)

Estas novas formas de relacionamento como estes novos espaços de socialização desmantelam nossa percepção e invadem-na com formas pré-fabricadas de ver e construir emoção. O fundamental do conhecimento participativo na interatividade social se dilui em uma sensibilidade frágil e vácuo: “Paradoxalmente, a era da comunicação tem se revelado como a era da solidão, enquanto que a tão cacarejada modernização tem-se traduzido para muitas pessoas em marginalização” (GUBERN, 2000, p.219).³²

A cidade moderna, estruturada desde as concepções do corpo, organiza seus órgãos e fluxos. Nesse sentido, a ampliação do mundo na dinâmica móvel da economia capitalista vive do *trânsito*, do eterno movimento de suas forças produtivas, mas também do *mundo como informação* — do eterno movimento de suas forças representativas, que rapidamente

---

31 El Internet de Todo es un paso natural que hay que dar en este proceso en el que el mundo de lo «construido» se integra cada vez más con el mundo de lo «nacido». A medida que avanza la evolución, lo que quizá resulte aún más intrigante es que se pueda pensar en Internet como algo que transporta átomos, no sólo bits. (Tradução nossa)

32 “Paradójicamente, la era de la comunicación se ha revelado finalmente como la era de la soledad, mientras la tan cacareada modernización se ha traducido para muchas gentes en marginalización.” (Tradução nossa)

transladam o trabalho de um estado externo da fábrica ao estado interno e subjetivado do corpo, como afirma Argüello:

(...) Não é estranho dizer que na atualidade o homem da cidade se encontra entre a conexão e a desconexão. “Felizmente” instalado e desgraçadamente desestabilizado. Abundam os estabilizadores elétricos e escasseiam os estabilizadores humanos. (...) a máquina está democratizada em todos os espaços urbanos: casa, rua ou trabalho. (...) O corpo já não explode no trabalho árduo da fábrica. Não. É o trabalho que agora está instalado no mesmo corpo, explodindo-o (...). A cidade impôs às pessoas (além dos impostos) o ritmo do negócio. Lembremos que etimologicamente, negócio se refere à negação do ócio (neg-otium) (...) (1998, p. 31)

A obra conjunta de Maurice Benayoun *mecânica das emoções* (fig. 40), explorando diversas formas de práticas artísticas, desde a performance à instalação, indaga sobre o *sentir* do mundo, escaneando as redes de comunicação como se fossem o sistema nervoso, para obter o estado emocional global, procura as *emoções* com as quais faz estatísticas que converte em dados infográficos, e a sua vez em material de exploração plástica e conceitual; o mesmo autor se oferece a salvar o capitalismo prognosticando as emoções planetárias, explorando seu potencial econômico³³: o emocional materializado, o dado emocional.

A adaptabilidade do capitalismo contemporâneo se percebe na plasticidade da informação no *telespaço público* e no entretido *objeto*, o espaço íntimo e privado projetado no espaço social, ponto plausível na obra *Egoscópio* (fig. 41) de Giselle Beiguelman, sobre a qual diz André Lemos:

(...) em *Egoscópio* (2002), a artista explora o fluxo de informações da internet e convida o público a des/organizar a autobiografia coletiva do personagem-título. Os endereços dos sites enviados foram projetados num painel eletrônico na Avenida Brigadeiro Faria Lima em SP. Algo similar poderia ser pensado para o mercado, onde inscrições do público ocupariam painéis publicitários criando tensões entre o mercado e o “mundo da vida”. (LEMO, 2009)

Desta maneira, também é evidente que a obra propõe outra característica: a plasticidade da informação, que, depois de manifesta, tem uma disposição para *reproduzir-se* no *telespaço público*. Isto é: mediante conversões e operações, a informação se manifesta no movimento constante de *seu corpo* no traslado, tanto do meio, quanto do significante, *corporizando* no *telespaço* o privado no público, o publicitário no artístico, a internet no painel publicitário; precisando tomar forma no inconsciente coletivo e transladar o individual ao ambiental.

33 Veja-se <<http://www.benayoun.com/projetwords.php?id=172>> Acessado o 5 de outubro de 2011.

↑ Fig. 40 Mecânica das emoções.. Emotional Forecast.
Maurice Benayoun.
2004-2011.

↓ Fig. 41. Egoscopio.
Giselle Beiguelman.
2002.

Assim, os deslocamentos de informação, de mercado, de espaços e de comunidades, presentes no físico quanto no virtual, evidenciam que a tendência por uma integralidade dos dados e a homogeneização das linguagens artificiais e naturais, nos enfrenta a um novo modelo sociocultural de cidade: “A cidade pós-industrial, constitui uma complexidade que esconde no espaço uma serie de relações de poder e disciplina que se inscrevem na aparente inocência da vida social, preenchendo a geografia humana com a política e a ideologia.” (DACHEVSKY, 2001: 44).³⁴

Temos, a seguir, a tarefa de definir como os fluxos econômicos, que reintegram significamente a sociedade no espaço das coisas, usam o urbano para confirmar a união entre objeto/sujeito nas camadas informacionais e econômicas. O espaço urbano entendido, portanto, como concentrador de flutuações, campo de batalha entre o capitalismo emocional e o intervencionismo semiótico-tecnológico da arte como resistência, que tenta recobrar os espaços sociais e políticos do cidadão: “As cidades têm um grande papel na criação dos fermentos que conduzem a ampliar o grau de consciência. Por isso são um espaço de revelação.” (SANTOS, 2000, p. 63)

O próximo capítulo se abre no corpo da cidade.

---

34 La ciudad posindustrial, constituye una complejidad que esconde en el espacio una serie de relaciones de poder y disciplina que se inscriben en la aparente inocencia de la vida social, llenando la geografía humana con la política y la ideología. (Tradução nossa)

Capítulo II

A cidade: ambiente e interação

O espaço disso resultante pode ser tratado como um conjunto inseparável de fixos e fluxos. Se a definição dos fixos vem da quantidade (ou densidade) técnicas que encerram, a definição dos fluxos deriva da sua qualidade e do seu peso políticos. Tal oposição é necessária. Ela é, mesmo, indispensável, para distinguir entre o processo imediato de produção, cuja definição é técnica, e as outras instancias: circulação, distribuição, consumo, cuja definição é cada vez mais do domínio político.
(SANTOS, 2000, p. 114)

2.1 Cidade e fluxo: Anatomias do informacional

Este sub-capítulo concentra-se em relacionar os elementos econômicos aos ambientes, entendidos como implementações estético-tecnológicas que traduzem a realidade a um sistema coerente de discurso para interagir com ela, baseado nas manifestações do sujeito no urbano, o espetáculo puro, é dizer, procurando a compatibilidade com o *natural* na percepção do indivíduo.

A linguagem do *branding* opera sobre a linguagem pública desregulando as práticas de intercâmbio socioeconômico e cultural: “É um efeito colateral da expansão de marca que seja muito mais difícil identificar e qualificar do que imprimir sua marca à cultura e aos espaços públicos. Essa perda de espaço acontece dentro do indivíduo; é uma colonização não do espaço físico, mas do espaço mental” (KLEIN, 2003, p. 89-90). A substituição se dá mais em justaposições e reorganizações da cultura publicitária sobre o espaço perceptivo.

Deste modo, os objetos refletem as emoções dos sujeitos, sistematizam e representam a percepção subjetiva para o entorno; eles são a projeção das motivações da *psique*, a *materialização do corpo psíquico*: “É esta perturbação e como se desenvolve a racionalidade dos objetos em luta com a irracionalidade das necessidades e como tal contradição faz surgir um sistema de significações que se aplica em resolvê-la (...)” (BAUDRILLARD, 1973, p. 14). Os objetos refletem no emocional características de nossa dimensão subjetiva em consonância com o mercado, através da sua natureza *especular*, que justifica assim sua criação segundo parâmetros de mercado, nichos, públicos-alvo: “Só depois de atingido o limiar da ruptura, o capital suscita finalmente o indivíduo como consumidor, e já não apenas o escravo como força de trabalho. Ele produ-lo enquanto tal. Ao fazê-lo, mais não faz do que suscitar um novo tipo de servo, o indivíduo enquanto força de consumo” (BAUDRILLARD, 196-?, p. 87).

A *cidade*, conceito que abarca os espaços urbanos, não só se caracteriza na exclusividade *arquitetônica-habitacional-territorial* ou *tecno-político-monumental*, mas *transmissora-receptora* de fluxos sógnicos das práticas do capital, como um conjunto de espetáculos, que hoje se constrói na *fantasmagoria corporativa*. O capital substitui o papel representativo da política estatal nos espaços públicos, pelo papel participativo da economia nos espaços sociais. Como disse o presidente da *Nike*, Thomas Clarke, sobre as lojas “evento” de grande escala: “dão aos varejistas a oportunidade de fantasiar melhor com seus produtos (...) mas a ideia geral é criar um lugar parte Shopping Center, parte parque de diversões, parte *performance* multimídia” (KLEIN, 2003, p. 174).

Na obra de Lozano-Hemmer *1000 platitudes* (fig. 42), projeta-se caracteres tipográficos sobre prédios de diverso tipo, os quais fotografia e recompõe posteriormente para formar palavras como “espaço público”, “exclusividade”, etc., que, geralmente são usadas por parte das cidades para atrair investidores a nível internacional. A cidade usada como tela para a elaboração tipográfica ambiental do fluxo de informação, que congela ao reelaborá-la do fragmento fotográfico. A presença corporativa no urbano se faz notória no trabalho de David Carson no livro *Trek* (fig. 43), em referencia permanente às paisagens urbanas e a presença da publicidade, do tipográfico, da sinalização e das marcas, que se associam livremente na relação com o cotidiano. Ambos elaboram com o urbano composições foto-tipográficas que contrasta tecnologia, informação e representação, e foto-topográficas que contrasta linguagens e territorialidades.

A rápida captura corporativa dos espaços urbanos é devida à postura totalizante do capital, que, *especulando* sobre os fluxos, decide constantemente a transformação sógnica da urbe; a transmutação dos preços *trafegando* nas necessidades sociais e variando as referências conforme o estado anímico da economia. Dito modelo *especular*, contaminou os processos sociais com *interferência*, moldando o mundo ao comportar-se como exclusiva interface que aceita qualquer tipo de produção para qualquer tipo de demanda. Isto é: na *semiurgia corporativa* encontra-se o significado das *coisas do mundo*, materiais e imateriais, e, portanto, fazemos parte de seu discurso e hierarquia: “A questão é o modelo: mesmo quando entram em pirâmides de trabalho relativamente fixas, os jovens têm como referência o modelo fluido, voltado ao presente, evocando mais possibilidade que progresso” (SENNET, 2006, p. 75-76).

O espetáculo, como ato representativo da atividade político-econômica existe pela materialização dos recursos necessários para sua execução. Os *media* não só estão configurados pela massificação, mas o discurso que flui por eles é auto-referencial; eles são a mesma voz

↑ Fig. 42. 1000 platitudes.
Rafael Lozano-Hemmer.
2003.

↓ Fig. 43. Trek
Livro.
David Carson
2003.

em todo e em lugar nenhum, o discurso deles é o mesmo da mercadoria, o discurso de quem se olha em um *espelho*. Por isso o espetáculo é versátil, emocional, altamente passional, efêmero e monumental, programável, plástico e improvisado, rápido e tendencioso – o espetáculo é a *cenografia em cena*: “O espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25).

O que define a cidade é como ela oferece *trânsito informacional* e que meios usa para isso, já que as movimentações que tomam lugar nela (materiais, econômicas, humanas, pulsionais, etc) redistribuem seu território, fragmenta-o e *vetoriza-o* nas redes comunicacionais. Essas redes configuram o público no espaço da cidade, seja ele o espectro do espaço público e as *mídias tradicionais* (da TV ao transporte urbano: *a tela*) ou o do teleespaço público e as mídias digitais (da TV *online* ao transporte de dados: *a teia*), gerando assim as cidades como dado e *hub* operacional de informação:

Sabemos que a cidade sempre serviu a si mesma, consumindo-se, expandindo-se, multiplicando-se e reproduzindo-se, que consolidou em suas formas de fazer e em suas pessoas, sua identidade, o que a faz diferenciável e reconhecível; as cidades são um serviço constituído, que em etapas mais prematuras passava por: proteção, obtenção de direitos (ser cidadão), a existência de um mercado, prestígio, renome... e na atualidade a possibilidade de integrar distintas redes. (DACHEVSKY, 2001, p. 15)³⁵

A tecnologia, como já foi enunciada anteriormente, categoriza o espaço não na dualidade, como acontecia no início da era digital e da introdução do conceito de virtual, mas sim numa *união-substituição* do entorno com as tecnologias da realidade aumentada, a geo-localização, as redes *WI-FI*, a interação biométrica. Com o *instrumental tecnológico* de interação, a ambição é de que *o mundo seja a interface do mundo* e as árvores, prédios e indivíduos na *sua escala* sejam reproduzidos no espaço-tempo real do *especular*, para uma concepção do mundo como *internet das coisas*, um *espaço homogeneizado*:

(...) vemos o aumento da “tecnologização” e mercantilização dos espaços urbanos e públicos. Graham sinaliza como “os lugares [são] cada vez mais constituídos através das decisões dos consumidores que, por sua vez, são influenciados através da vigilância (...), e a classificação das cidades”. E estes “software de ordenamento das cidades” aponta para uma questão relacionada com uma carga política que planeja de forma sucinta Borden: “como pode o espaço diferencial ser procurado na terra e na época da mercadoria, o resumo, a homogeneização, a redução e o poder?” (GALLOWAY; WARD, 2005, p. 5)³⁶

35 “Sabemos que la ciudad siempre se ha servido a sí misma consumiéndose, autoalimentándose, multiplicándose y reproduciéndose, que se consolidó en sus formas de hacer y en sus gentes. en definitiva en su identidad, lo que la hace diferenciable y reconocible, las ciudades son un servicio constituido. que en las etapas más tempranas pasaba por: protección, obtener derechos (ser ciudadano), la existencia de un mercado, prestigio. renombre... y en la actualidad la posibilidad de acceder a distintas redes.” (Tradução nossa)

36 We see the increasing ‘technologisation’ and commodification of urban and public spaces. Graham points to

Quando El Lisitsky enunciou uma imersão do homem em um ambiente urbano composto de fluxos de informação, estava falando também de nos considerar como vetores a mais, e como parte da linguagem da cultura urbana, o indivíduo é submetido à instrumentalização própria da técnica imagética, da semiurgia intermediadora entre o mundo e o ser humano, um mundo que abstrato “recusa-se a se deixar entender diretamente. Os homens não vêem o que enxergam. Essa cegueira universal é mais que um mistério, condena a existência a ser vivida, a despeito de cada um de nós. Tornamo-nos brinquedos no curso da vida coletiva.” (SANTOS, 2000, p. 51)

A expansão da imagética, a partir da publicidade e sua perspectiva infográfica e algorítmica de representação da realidade, abre a possibilidade para que o *telespaço público* como desmaterialização do *espaço público* reformule o papel da arte na sua produção, e do sujeito em seu olhar — já fragmentado na *imagem ao vivo*. Dito *telespaço* torna-se mais complexo com a projeção das imagens de distintas naturezas de conteúdo e técnica, e invade *pela* tecnologia e o mercado os confins da paisagem do mundo:

Mais precisamente ainda: a publicidade não serve somente para informar sobre o mercado, mas para constituí-lo, Entra em relação “interativa” com o consumidor, (...) tem a coragem de interpelá-lo lá onde a política tem medo de entrar. Atualmente a publicidade é uma das formas mais importantes de comunicação social. Ela, enquanto tal, ocupa sempre mais o “espaço público”; anima-o, provoca-o, sacode-o. É a empresa que diretamente produz o “sentido”. (LAZZARATO, NEGRI, 2001, p. 62)

Assim, o fluxo vira matéria de experimentação plástica, porque ali foi confinado o cotidiano em perpetuo vaivém, no seu movimento reduzido entre nodos esperados, sacudido esporadicamente pela publicidade, repetido na comunhão urbana. É ali onde a tensão emocional dos indivíduos espera latente *eventos* para ser satisfeita. Por isso, para os artistas contemporâneos o *cartografar* territórios emocionais e ideológicos é uma tarefa que dinamiza a busca de *matéria*, a preparação de *arsenal* para criar situações, e com aquilo, reestruturar a geografia da cidade, não só para satisfazer a emoção coletiva, quanto para redefinir a percepção: *sintonizá-la para achá-la*.

A expansão da linguagem artística nos espaços informacionais nas cidades pode-se ver como expansão política do cidadão nos espaços públicos, o coletivo Troika elaborou o *SMS Guerrilla projector* (um projetor portátil ligado a um celular) (fig. 44), o qual permite projetar

---

how “places [are] becoming increasingly constructed through consumer decisions which, in turn, are influenced through the...surveillance, and sorting, of cities” [24]. And these “software-sorted cities” point to a related and politically-charged question posed succinctly by Borden: “How can differential space be sought in the land and epoch of the commodified, the abstract, the homogenized, the reductive and the powerful?” (Tradução nossa)

sobre espaços e objetos urbanos mensagens SMS, capacitado para fazer participar a outros usuários ao deslocar informação através do aparelho, ato que permite apropriar-se dos espaços convencionais na justaposição de informação pessoal sobre paisagens que habitualmente são usadas pela publicidade, abrindo-se assim formas de expressão que convidam a reflexionar sobre o papel das tecnologias de comunicação, a publicidade e os domínios públicos na urbe.

2.2 Camadas: urbes e objetos

Ao compreender como o fluxo informacional redefine a cidade, é preciso tentar construir uma forma de vê-la a partir dos fragmentos, de uma *anatomia urbana*, unidades de deslocamento em vetores de informação que traçam circulações físicas, transacionais e sígnicas. Esses pontos e linhas demarcam territórios por contrastes de contigüidade *locativo-econômica* e *informacional-tecnológica*, que variam tempo-especialmente a uma rapidez crescente, e que gera nas suas justaposições constantes, lutas territoriais, definições dos usos sociais do espaço, abertura e fechamento de acessos, instalações ou desmontagens de rituais coletivos: *uma cidade-organismo*.

As tecnologias modificam o corpo da cidade e aos seus órgãos ao tratá-los como interfaces de informação, hierarquizando-a em camadas em espaço de coisas. A cidade passa a ser um campo de inter-relação de natureza variada, espaço que *coisifica* em seu tecido os vínculos e as conexões, e que, mediante o “programa arquitetônico”, apresenta os indivíduos como objetos a mais na paisagem urbana:

(...) Koolhaas considera uma desestabilização da relação rígida do programa com a função e o espaço como representantes dos objetivos institucionais. Segundo Koolhaas o conceito do programa é cúmplice do princípio do “vazio de pessoas do edifício” na medida em que desenhar a atividade com eficiência e especificidade funcional como tem sido na arquitetura até hoje, faz com que as pessoas se movam com rapidez e desapareçam do campo de visão e avaliação do projeto, reduzindo a “distração” (...) as pessoas só aparecem abstraídas como diagramas de circulação ou contigüidade. (HERNANDEZ, 2002, p. 24)³⁷

Contraditoriamente, os espaços que pretendem configurar-se como ruptura da arquitetura do poder, de exemplificar ou permitir que o evento represente os aspetos básicos das ati-

---

37 “Koolhaas plantea una desestabilización de la relación rígida del programa con la función y el espacio como representantes de los objetivos institucionales. Según Koolhaas el concepto del programa es cómplice del principio del ‘vacío de personas del edificio,’ en la medida en que diseñar la actividad con eficiencia y especificidad funcional como ha sido en la arquitectura hasta hoy, hace que la gente se mueva con rapidez y desaparezca del plano de vista y evaluación del proyecto, reduciendo la ‘distracción.’ (...) las personas sólo aparecen abstraídas como diagramas de circulación o contigüidad” (Tradução nossa)

vidades humanas nos espaços urbanos, permanecem apenas na *arquitetura ideacional*: “A arquitetura, finalmente, é já, como a pintura ‘*cosa mentale*’” (MOSQUERA, 1989. p. 39).

As diferentes camadas que surgem da colisão de realidades opostas dos habitantes da cidade partem, de fato, de como as circunstâncias econômicas na luta de classes tomam corpo na distribuição de fluxos na cidade. Estes são delimitados por lugar e atividade, no contato pleno com a realidade, dado no confronto entre as necessidades básicas e suas possibilidades materiais de se resolver, ou no confronto entre *domínio à distância* e as necessidades de transferência permanente do capital:

(...) As pessoas da “camada superior” não pertencem ao lugar que habitam, pois suas preocupações se situam (ou melhor, flutuam) alhures. (...) Portanto eles estão despreocupados em relação aos assuntos da “sua” cidade, apenas uma localidade entre muitas, todas elas pequenas e insignificantes do ponto de vida do ciberespaço – seu lar genuíno, ainda que virtual. (...) O mundo em que vive a outra camada de moradores da cidade “inferior”, é o exato oposto do primeiro. Define-se sobretudo por ser isolado daquela rede mundial de comunicação pela qual as pessoas da “camada superior” se conectam e com a qual suas vidas se sintonizam. (...) Para eles, é dentro da cidade que habitam que a batalha pela sobrevivência e por um lugar decente no mundo é desencadeada, travada, por vezes ganha, mas geralmente perdida (...). (BAUMAN, 2005, p. 130-131) (fig.44a-44b)

Mas estes fluxos definidos são permeáveis por natureza, isto é: devem compartilhar *momentos e espaços*, pelo simples fato das características de habitat e de atividade socioeconômica. Por um lado, procura-se mão de obra e consumidores; por outro, invade-se as paisagens com a voz do mercado, assim dita voz ocupa os espetros democráticos e de dialética social copiando métodos de resistência artística e política:

Casos de uso de supostas redes e rádios piratas usando o *underground* para lucrar como as pequenas marcas, as práticas da Coca-Cola em Winsconsin ao declarar-se “Bebida não-oficial do estado” por meio de rádios “piratas” com uma chamada EKOC³⁸, ou *Old navy*, transmitindo por onda curta nas redondezas de suas lojas comerciais. (KLEIN, 2003, p. 101)

A desarticulação política e estética aqui presente foi uma forma em que o capital tomou uma medida preventiva – e lucrativa – frente às possíveis resistências que surgissem ao instrumentalizar sua lógica, de forma que a colonização do capitalismo tanto do inconsciente como da natureza – nos mídia e na biotecnologia – “buscaria assenhorear-se não apenas da dimensão da realidade virtual, do ciberespaço, como tem sido observado, *mas também e principalmente*, da dimensão virtual da realidade”. (SANTOS, 2003, p. 129) (grifo nosso)

---

38 EKOC é a palavra *Coke* ao contrário.

↑ Fig. 44. SMS Guerrilla projector
Troika.
2003-2007

↙ Fig. 44a. Morumbi-Paraisopolis.
Le Monde Diplomatique
2008.

↘ Fig. 44b. S.T (fragmento)
Leandro Lima, Gisela Motta.
2010.

O coletivo artístico RTmark, começou seu trabalho exercendo por meio da linguagem do branding uma subversão da publicidade, que, mostrando-se como uma corporação investidora de processos artísticos ativistas, interfere nos processos de fabricação e distribuição das mercadorias (especialmente bonecos eletrônicos ou personagens políticos), de forma oportuna propõe este uso marginal tático, convidando às pessoas em diferentes partes do mundo a alterar o capitalismo seja por mecanismos de ação direta e culture jamming (fig. 45) como pagando a programadores e trabalhadores de empresas de produção, para que alterem elementos de interatividade de jogos e bonecos tanto antes de sair ao mercado, quanto na venda (fig. 46). A cidade passou de ser um lugar eminentemente físico e arquitetônico, para expandir-se no interativo do branding.

O que identifica o resultado da linguagem publicitária na modernidade não é a emancipação do ser humano, já que só “A publicidade nos quer fazer crer que o homem moderno no fundo não tem mais necessidade de seus objetos e lhe basta operar entre eles como inteligente técnico de comunicações” (BAUDRILLARD, 1973, p. 33). Ao introduzir o trabalho da “operação das comunicações” no ócio e no entretenimento de forma furtiva, nos faz participar na interatividade do consumir e produzir em seu olhar constante *marcas* das suas emoções. Michael Daines ao tentar vender seu corpo no site *ebay* em 2001, (fig. 47) na categoria de escultura, ultrapassa o conceito de outros artistas que experimentam com seu corpo como a obra em si, como nos casos de Orlan e Gilbert & George entre outros. Daines deixa a seu corpo associado claramente ao objeto mercantil no site; afastando-se dos circuitos do comércio artístico, ele passa ser seu próprio *merchant*. Seu corpo se transfigura em escultura desde a linguagem da arte, mas se transfigura em objeto-mercadoria no trânsito comercial: é um objeto que se supera a si mesmo, vende um conceito mais que sua materialidade; no jogo de competência comercial, sua troca é impossibilitada pelo *peso* de seu corpo. A sociedade da vigilância que minava a intimidade, passou a ser a sociedade da livre regulação e circulação que incita expor a intimidade do sujeito no jogo do mercado, para exibí-lo como marca-mercadoria no *objeto*, impondo a ele as regras de competência econômica: “Atualmente o mínimo vital é o *standard package*, o mínimo de consumo imposto. Abaixo disso, sois um associal – e a perda de estatuto, a inexistência social será menos grave que a fome?” (BAUDRILLARD, 196-?, p. 83).

Para dar estrutura coerente ao sistema de consumo, a cidade tem que ser vista por *camadas arqueológicas*, já que a acumulação de diferentes tipos (de capital, cultura, arquitetura, identidades, etc) é convertida em convenção, em estereótipo, para controlar a ordem de

[A-Z list](#) [Site map](#)

FREQUENTLY VISITED

[What can we do?](#)
[Vacancies](#)

IN TRADE TOPICS

[Problems](#)

IN COMMUNITY/FORUMS

[Interact with WTO](#)

WTO NEWS

WTO Announces Formalized Slavery Market For Africa

At a Wharton Business School conference on business in Africa that took place on Saturday, November 11, the WTO announced the creation of a new, much-improved form of slavery for the parts of Africa that have been hardest hit by the 500-year history of free trade there. [more](#)

Also:

- > Is petroleum useful, essential, or somewhere in-between? Ask the American Petroleum Institute [more](#)
- > Coca-Cola enters the world policy stage with its novel approach to thirst [more](#)
- > The WTO salutes Cargill's Nerve™ attitude to Third World hunger [more](#)
- > Dow's Acceptable Risk™ a bold new move towards transparency [more](#)
- > Disbanding schedule announced [more](#)
- > Trade liberalisation studies that have informed this decision [Statistics page](#)
- > Older information on the decision. [Archive](#)

EVENTS

- > Cause for concern, among other things. [more](#)

From the Director-General's desk: Considering the important things in life. [more](#) ...

DOHA DEVELOPMENT AGENDA

- > [Negotiations, implementation and development: the Doha agenda](#)
- > [The Trade Negotiations Committee](#)
- > [The Ministerial Conference, Qatar](#)

contact us : World Trade Organization, rue de Lausanne 154, CH-1211 Geneva 21, Switzerland

[IMPORTANT COPYRIGHT NOTICE](#)

Watch this space ...

> [User survey](#): what do you think of our website?

> [E-commerce seminar](#)

> [Agriculture backgrounder](#): with a description of the Nerve™ approach to modern agribusiness and poverty

> [Violence backgrounder](#): updated with new information

> [New Publication](#): World Trade Review

[Meeting schedule](#)

↑ Fig. 45. [www.gatt.org](#).
Culture jamming do site da Organização Mundial do Comercio.
RTMark.
1999.

↙ Fig. 46. B.L.O
Barbie Liberation Organizazion
RTMark.
2003.

↘ Fig. 47 Corpo de Michael Daines en ebay
Michael Daines.
2001.

significados a partir da estruturação dos significantes numa linguagem efêmera, mas pronta à *ressignificação*, que modula sua vida em reciprocidade ao pensamento “político-emotivo” dos atores sociais:

Sim, os *cool hunters* reduzem ideias culturais brilhantes ao *status* de artefatos arqueológicos, e exaurem qualquer significado que possuíam para as pessoas que vivem com eles (...). O modernismo da Bauhaus, por exemplo, teve suas raízes na imaginação de uma utopia socialista livre de adornos extravagantes, mas foi quase imediatamente apropriado como arquitetura relativamente barata escolhida para os arranha-céus de aço e vidro da América corporativa. (KLEIN, 2003, p. 108)

Assim, o sistema do capitalismo *emocional* e *ambiental* consegue escrever as *narrativas de dominação* que se ampliam na nuvem informacional, usando técnicas com metodologias biológico-publicitárias para disseminar este conceito no *virtual* do ciberespaço, como no *físico* do espaço material na interação urbana:

Um ecossistema é uma metáfora apropriada para o entorno de *marketing* de hoje. Trata-se de uma comunidade dinâmica, complexa e interconectada na que os vendedores, agências de publicidade e meios de comunicação dependam um do outro, até certo ponto, para sobreviver e prosperar. Mas também é um cenário brutal e competitivo, onde uma espécie de “darwinismo digital”, ou a supervivência do mais forte, domina, rapidamente distinguindo ganhadores de perdedores. (VOLLMER, 2009, p. 3)³⁹

Mas como agir nos fluxos comprometidos, a partir de suas bases, com ideologias como as anteriormente descritas? Michel De Certeau assinala: “a arte de estar ‘entre as coisas’ como única forma de verdadeira liberdade na cultura atual” (DE CERTEAU *apud* KLEIN, 2003, p. 102).

2.3 O conflito cidadão/indivíduo e sujeito/objeto: Práticas estéticas e agires políticos

Ao submeter os espaços de experiência e vivência a uma constante exploração corporativa, acontece um esgotamento dos recursos materiais e sócio-culturais, sem os quais não se poderia participar e agir como sociedade. Esta atividade de captura do espaço público e do imaginário coletivo nos confronta com a crise da constituição da estrutura social nas formas com que ela se refere a si mesma:

Então se manifesta como fundamental e absolutamente necessário elaborar e desenvolver “outros” discursos ultrapassadores e críticos da “ficcionalidade” *mass-mediática*, da impregnação permanente do publicitário, da

---

³⁹ An ecosystem is an appropriate metaphor for today's marketing environment. It is a dynamic, complex, and interconnected community in which marketers, advertising agencies, and media companies depend on one another, to a certain extent, to survive and thrive. But it is also a brutal, competitive arena, where a kind of “digital Darwinism,” or survival of the fittest, holds sway, rapidly distinguishing winners from losers.” (Tradução nossa)

distância entre os grandes anúncios de bem-estar e as realidades marginais da globalização. (SAN MARTÍN, 2003, p. 18)⁴⁰

A figura de cidadão válida na modernidade, ao estar alimentada no seio do estatal e na proteção universal conferida através dos direitos humanos, dilui-se no contexto contemporâneo do corporativo. Isto acontece graças à *metamorfose* que sofre no trânsito do capitalismo de produção ao de consumo, que modifica esta figura alterando-a sob o peso corporativo nos vínculos sociais e políticos. O *cidadão-sujeito* vira *indivíduo-objeto*, *objetualizando-o* na convivência híbrida do social-comercial: “A pessoa concreta, e não o sujeito abstrato, tem-se convertido hoje no objetivo do *marketing* e, reciprocamente, o consumidor se traça seu próprio *tuning*, físico, tatuado, transexual” (VERDÚ, 2005, p. 131).⁴¹

A percepção do sujeito fica erodida e se internaliza no *interesse* como pedra angular do discurso social que reforça a noção do individual, do *particular a si*, do particular que se desprende dos fragmentos instáveis do coletivo:

O slogan “o pessoal é político” veio substituir a economia como política, e no fim, também a política como política. Quanto mais importância dávamos a questões de representação, mais central é o papel que elas pareciam assumir em nossa vida – talvez porque, na ausência de metas políticas mais tangíveis, qualquer movimento que trate da luta por melhores espelhos sociais esta fadada a cair vítima de seu próprio narcisismo. (KLEIN, 2003, p. 133)

O espetáculo, planejado aqui como *cenografia em cena* para a realização da fruição dos objetos e sujeitos no valor de troca, é o espaço fundador do conflito entre a concepção de cidadão e a função de consumista, como *ser* que se define no gozo da troca, onde se transforma em indivíduo. Esta função anula o comum que é dado em sua atividade cotidiana como sujeito em busca do bem-estar de seu entorno social, e coloca, em lugar dele, a indiferença e a separação: “O que quer que os indivíduos façam quando se unem, e por mais benefícios que seu trabalho conjunto possa trazer, eles o perceberão como limitação à sua liberdade de buscar o que quer que lhes pareça adequado separadamente, e não ajudarão” (BAUMAN, 2001, p. 45).

---

40 “Entonces se manifiesta como fundamental y absolutamente necesario elaborar y desarrollar ‘otros’ discursos superadores y críticos de la ‘ficcionalidad’ massmediática, de la impregnación permanente de lo publicitario, de la distancia entre los grandes anuncios de bienestar y las realidades marginales de la globalización.” (Tradução nossa)

41 “La persona concreta, y no el sujeto abstracto, se ha convertido hoy en el objetivo del marketing y, recíprocamente, el consumidor se traza su propio tuning, físico, tatuado, transexual.” (Tradução nossa)

Mas a versatilidade mesma dos espaços e da mídia, cuja tecnologia como elemento *subjugador* na linguagem usada pelo capital exerce controle sobre a informação e os indivíduos, muda a ferramenta de liberação, reflexão e redefinição da sociedade contemporânea:

O encontro desses novos meios com as forças geradas pelas distintas ações pontuais espalhadas pelo mundo escapa dos marcos de referência convencionais, gerando uma situação imprevisível que alberga um espaço para a criatividade social. Essas ações dinamizam a sinergia entre indivíduos e coletivos que potencializam um novo espaço de convivência, uma mudança de atitude que produz novas formas de dissidência ativa e participativa em vez da aceitação do papel de mero consumidor, espectador passivo. (PRADO, 2003, p. 25)

As estratégias de mercado que apagaram os movimentos sociais dos anos 60, absorvendo as táticas que estes grupos assumiram como *armas* para fazer visíveis as formas de operar do capital, hoje revalorizadas, permitem perceber no fluxo de informação elementos que instam a solidariedade e o reconhecimento dos problemas que enfrentamos planetariamente. Sobre isso, John Jordan, ambientalista e anarquista britânico diz: “As transnacionais estão afetando a democracia, o trabalho, as comunidades, a cultura e a biosfera. Inadvertidamente, elas têm nos ajudado a ver tudo como um sistema, a ligar cada questão a outra, a não ver um problema isoladamente.” (KLEIN, 2003, p. 295).

A experiência do cidadão frente a sua imersão urbana começa gerar uma renascença da emotividade política que o espetáculo adormeceu, mas não eliminou: sua experiência tecnológica produz um ambiente fragmentado e de estímulo constante da percepção, *inibindo-a*; contudo, a interação com a informação nessa experiência, sob a forma de *rede(s)* libera as tecnologias no marco tecnopolítico da desobediência civil, descentraliza o comando ideológico e fornece ferramentas de ação cidadã através do jogo, dos novos usos ativistas das artes como exercício político, “são os atores da comunicação que definem seu espaço. Enquanto fonte de informação, eu posso transformar sempre e continuamente o espaço que me cerca. Abrem-se novas possibilidades de comunicação.” (BLISSETT, 2001, p. 69)

Uma demonstração de aquilo foi a obra *toywar* (fig.48), gerada pelo grupo *eToy* contra a empresa de brinquedos *Etoys Inc*. Esta guerra que passo dos espaços de simulação do branding e das artes aos espaços jurídicos, exemplificou artisticamente o limite entre as identidades corporativas e os valores comerciais, já que elas nominalmente (o seu nome) são o verdadeiro valor no mercado, superando ao valor material da empresa. Neste caso particular os efeitos da confusão de buscas de brinquedos por parte de compradores interessados os levaram ao site do coletivo artístico; em vista disso, a *Etoys Inc* tentou comprar o domínio

etoy.com aos artistas, mas que em resposta à negativa deles em cedê-lo, empreendeu uma demanda por “violação e fraude de marca” e “competência desleal”, o que obrigou ao grupo a fechar seu site, provocando o que se conheceria como “a performance mais cara da história” (TRIBE, 2006: p. 42). Na *toywar* se usaram todo tipo de táticas ativistas e artísticas, desde listas de e-mail até Ddos⁴², intervenções de fóruns de investidores, campanhas publicitárias, criação de sites *fake* baseados na *culture jamming*, etc., o que agrupou outros coletivos como RTmark e pessoas do comum nestas ações, conseguindo assim que o valor da companhia diminuirá US\$ 4.500 milhões em três meses. Etoys retiraria os cargos e pagaria os gastos totais da ação jurídica.

A tarefa dos movimentos de resistência estética e crítica ao *status quo* é inverter o efeito da mídia nos indivíduos, *subvertendo-a*, transformando-a em espelhos coletivos, para refazer-nos neles. O objetivo é redefinir as fronteiras e os sentidos com os quais se escreve a história:

À medida que as comunicações continuam em uma rede social, elas formam ciclos de retro-alimentação múltiplos, que, no final, produzem um sistema compartilhado de crenças, de explicações e de valores – um contexto de significado comum, conhecido como cultura, que é continuamente sustentado por novas comunicações. Através da cultura, os indivíduos adquirem identidade como membros da rede social, e, desta forma, a rede gera suas próprias fronteiras. (CAPRA, 2007, p. 8)

A postura dos artistas produtivistas e das vanguardas se renova na leitura e no uso da estética definida pelas grandes produtoras de informação, trabalhando coletiva e mundialmente nas redes sociais, no compromisso estético-político de serem os porta-vozes da angústia social, da alienação emocional do *branding*, servindo de *médium-condutor*. As funções do artista vão além da estética, na manifestação tanto virtual como física: “O artista é fonte de *irradiação*, de energia irradiante e comunicativa. A arte traduz a maneira pela qual a técnica e a ciência são utilizadas para domesticar os *fluidos* (calor e vapor) e mecanizar as forças produtivas.” (COUCHOT, 2003. p. 37).

A figura de *sobjeto*, enunciada por Verdú como a fusão dos sujeitos com os objetos (que deixam de ser elementos inertes ao projetar ideologias e emoções dos usuários), reconfigura-se por meio do ativismo artístico. Ao definir-nos dessa forma, somos cientes da modificação engendrada na sociedade, produto da contradição entre produção e consumo, brindando elementos para criar mecanismos e agir interativa e criticamente sobre o acontecer na nossa paisagem perceptual:

---

42 Ddos: Denegação de serviço de petição, que bloqueia o servidor de algum site determinado como alvo do ataque, deixando-o inacessível ao usuário.

Essas forças reunidas estão unindo-se, para criar um clima de Robin-hoodismo semiótico. Um número cada vez maior de militantes acredita que chegou a hora do espaço público parar de pedir que algum espaço fique sem patrocínio e começar a recuperá-lo à força. A *cultura Jamming* rejeita frontalmente a ideia de que o marketing – porque compra sua entrada em nossos espaços públicos – deve ser aceito passivamente como um fluxo de informação unilateral. (KLEIN, 2003, p. 308-309)

As funções do artista na resposta política no cotidiano liberam ao cidadão da definição de *usuário*, cujo ingresso como conceito se dá mais no âmbito econômico – sua capacidade de produzir consumo –, e no âmbito técnico – que opera e consome interfaces –, o que reduz a obra a produto – enquanto resultado da instrumentalização técnica da realidade –. Pelo tanto, a noção de *interagente* possa ser o elemento que exemplifique a atividade da *situação* artística, a ação mutua, compartilhada e cooperativa entre agentes de informação; todo sujeito é informação que se liga a outras informações vivas da experiência cotidiana, em “um imaginário que se enuncia ao definir o novo meio como ‘cibersociedade’, reclamar a necessidade de ‘tomar controle da tecnologia, entende-la, melhorá-la’ e projetar a ação para o exterior ao ‘compartilhar’ essa informação... esse conhecimento” (ROE, 2006, p. 158). Esta libertação acontece na iteração com outros agentes, com outros indivíduos, deste modo “O papel do indivíduo não se exalta na subordinação social ao individualismo. Individualidade e individualismo se opõem, são estados de ser antagônicos.” (SANTOS, 2000, p. 77). O *fazer* não está unicamente na ação, mas na interação onde o indivíduo *faz(-se)* em comunidade.

A arte participa de um deslocamento interno de sentido, se apresenta como prática de socialização e se interessa na recepção, como Luther Blissett afirma, quando se refere a novas armas que reconstruam o imaginário do choque – usado demais pela estética dominante, – que serão fruto da *criatividade revolucionária*, para anular o aparato repressivo com inovações estilísticas – assim seja parcialmente – (2001, p. 234) e as ações reticuladas, de assalto à cultura, onde o individual deixa de existir na participação para mexer com o *golem*⁴³ acionado por todos. (2001, p. 129). O CAE⁴⁴ sugeriria a ideia de fluxo descentralizado, de células que produzissem múltiplas trajetórias – de forma autônoma, mas colaborativa – para frear a velocidade da economia capitalista (ROE, 2006, p. 272), atrasando e/ou recanalizando seus fluxos.

Daqui, partiria a proposta de fazer evidente a responsabilidade estética e política do campo artístico, que é fornecer mecanismos que abram fluxos da informação, que criem novos espaços de ação social e estética para que sejamos artífices de nossas emoções, de nossa pró-

43 Aqui se refere como *golem* à figura de *Luther Blissett*, “avatar” multi-usuário que surgiu em Europa na década do 90, e usado por grupos ativistas e artistas em campanhas e protestos sociais e políticos. (fig. 48a)

44 Siglas do coletivo artístico Critical Art Ensemble.

pria realidade como sociedade: “Segundo Benjamin, os escritores, os artistas, não reagem imediatamente às transformações da sociedade, mas sim àquelas da estrutura da experiência. A experiência aparece como um conceito de mediação entre a estrutura econômica da sociedade e a criação artística.” (CARDOSO *et al.*, 1987, p. 500).

Capítulo III

Sobre poéticas do capital

O capítulo analisa obras de arte que utilizam os meios eletrônicos, multimídia e de interação para propor reflexões do campo político-econômico e, com isso, analisar as linguagens institucionais e corporativas. Fazendo uma correspondência às tecnologias da imagética, este capítulo oferece pontos de discussão sobre as artes, tanto no papel da criação da obra, quanto na sua recepção, e abre caminhos para o *agir crítico* tendo como recurso essas poéticas. Dividiu-se em duas partes que agrupam esses interesses a conceitos específicos, explicados nos próximos itens.

3.1 Nos territórios do poder

Aqui estão reunidas obras que, pelo uso de poéticas remissivas às linguagens das mídias e ao *status quo* do *branding*, se apropriam das estruturas comunicacionais e dos espaços urbanos, criando assim, mecanismos para uma interatividade múltipla com o sujeito no espetáculo que o rodeia.

As obras a serem analisadas são: *Mecânica das emoções* de Maurice Benayoun (2004-2012) e *1000 platitudes* (2003) de Rafael Lozano-Hemmer. Estes trabalhos se destacam ao propor diálogos com o fluxo de informação, as tecnologias mediáticas e os imaginários coletivos, para deslocar e ressignificar os interesses particulares na colisão com as tecnologias no âmbito econômico-político.

Neste sentido, o que esses artistas assinalam que o político está relacionado com o interagir tecnológico, evidenciando a hiper-estrutura do informacional na qual os signos transitam. Esses artistas agem, então, como *interventores* dos fluxos de informação, *deferindo-a* da estrutura ou (re)descobrimo-la com instrumentos para visualiza-la. Assumindo esse papel, convidam o *público-usuário* a deslocar(-se) ou somar(-se) informação, apelando ao pensamento *político-emotivo* do participante, como diz Romero Moscoso:

No exercício e na prática da arte contemporânea não falamos da arte política, não pelo menos à luz do conceito do político que se vincula com estruturas como partido e ideologia. Falamos da arte política, no sentido da filosofia política, uma arte que se constitui como consequência das forças e tensões sociais e assinala um horizonte amplo, um lugar moral do artista, no qual a obra é pensamento e juízo sobre o mundo. Indubitavelmente, a arte é uma tarefa conjunta entre quem expõe para o olhar e quem olha, na

qual ambos habitando seus lugares particulares, dialogam politicamente. (MOSCOSO *apud* HERNANDEZ, NIÑO, 2010, p.245)⁴⁵

3.1.1 Mecânica das emoções (The mechanics of emotions)

2004-atualmente

Maurice Benayoud.

(...) Decisões que, na eleição, longe de favorecer uma parte do corpo, mantém a ilusão de boa saúde que mascara os espasmos da septicemia que podem anunciar uma crise muito maior. Abusando da metáfora: a linfa econômica, mantida artificialmente só acelerará esse processo de propagação. (BENAYOUN, 2010)⁴⁶

O conjunto de obras de Maurice Benayoun, *Mecânica das emoções*, ou como ele mesmo denomina-as: uma ópera arte de +15 partes, aponta a conceitos enunciados nesta dissertação, que permitem sugerir como as abordagens da arte sobre a tecnologia aumentam sua politização à medida que aumenta a interação humano(s)-maquina(s)-realidade(s), e com ela o número de resultados e interpretações, mas restringindo estes à justificação do regime econômico atual, o que de fato, atingiu o sistema de intercâmbios.

Beyanoun sempre (e cada vez com mais clareza) enuncia que as características que rodeiam o trabalho de arte e tecnologia, se relacionam a conceitos em grande parte trazidos e inspirados no situacionismo debordiano, e nas praticas ativistas do CAE e outros coletivos, postulando como eixo o conceito de “Fusão crítica”, que articula esta relação:

É por isso que meu trabalho está se movendo em uma direção que defino como “fusão crítica”. Quero dizer uma fusão entre realidade e ficção típica da mídia, como por exemplo os boletins de notícias da CNN mostrando como podemos criar uma dimensão de vida e ficção em tempo real. O risco de comunicação de hoje (estética ou espetacular) é criar ilusão e ficção ocultando a realidade, como afirma Guy Debord na sua Sociedade do Espetáculo. (BENAYOUN, 2011)⁴⁷

45 “En el ejercicio y práctica del arte contemporáneo no hablamos de arte político, no por lo menos a la luz del concepto de lo político que se vincula con estructuras como partido e ideología. Hablamos de arte político, en el sentido de la filosofía política, un arte que se constituye como consecuencia de las fuerzas y tensiones sociales y señala en un horizonte amplio, un lugar moral del artista, en el cual la obra es pensamiento y juicio sobre el mundo. Sin duda, el arte es una tarea conjunta entre quien dispone para la mirada y quien mira, en la cual ambos habitando sus particulares lugares, dialogan políticamente” (Tradução nossa)

46 Décisions qui loin de favoriser une partie du corps élue, la maintient dans l’illusion d’une bonne santé qui masque la septicémie dont les spasmes pourraient annoncer une crise bien plus grande. Abusons de la métaphore: la lymphe économique, artificiellement entretenue ne ferait qu’accélérer ce processus de propagation. (tradução nossa)

47 That is why my work is moving into a direction I define as “critical fusion”. I mean a fusion between reality and typical media fiction, as for instance CNN news bulletins showing how we can create a life-size and real-time fiction. The risk of today’s communication (aesthetical or spectacular) is to create illusion and fiction hiding reality, as stated by Guy Debord in his Society of the Spectacle. (Tradução nossa)

Na obra *World Emotional Mapping (e-maps)* (2005), da início a o que poderia se denominar uma *psicogeografia dos territórios emocionais do planeta*. A internet que representando o sistema nervoso do mundo se oferece como a *dimensão virtual da realidade*⁴⁸, na qual se relacionam por meio de sistemas de busca um listado das emoções com as 3200 maiores cidades do mundo (fig. 49).

Neste cruzamento de informação, a internet se materializa no fluxo que se concentra nos nodos, cujo espaço-corpo é gerado pelos dados que se *visualizam* (fig. 50), mesmos que alimentam ao sistema permanentemente, mas tornando evidente como a rede esta delimitada de tal forma, que se percebe nos silêncios dos espaços vazios entre os nodos, nas exclusões, na natureza esquizofrênica da internet:

Excluindo ou negando partes do seu próprio corpo, esquecendo de levar em consideração continentes, idiomas, comunidades, porque eles não respeitam o código da imprensa mundial (Media): *falar Inglês nas comunidades conectadas em rede*. A língua, a localização e o nível tecnológico do desenvolvimento determinam a precisão do feedback da Internet do planeta. Internet é um sistema extremamente filtrado culturalmente orientado para o sistema nervoso. (BENAYOUN, 2004)⁴⁹ (grifo nosso)

Posteriormente, realiza *Frozen feelings* (fig. 51) que usando os dados obtidos em *World Emotional Mapping*, materializa uma determinada emoção em uma hora específica, em locais simultâneos congelados instantaneamente. A transferência de dados virtuais ao mundo físico por meio da escultura, tenta evitar a distorção do valor emocional, é dizer, que na materialização objetual das emoções se pretende interatuar com a esfera de valores ao ganhar *peso* e materialidade; aqui o resultado artístico age como *padrão ouro*, como *a moeda* que tenta frear a *deflação*⁵⁰ emotiva das sensações no campo da informação, da economia e do espetáculo. Sua reprodução 3D poderia dar conta disso, ao permitir sua fabricação em serie em unidades idênticas, *autênticas* e verificáveis, para evitar a falsificação, responder as flutuações do mercado especulativo e circular.

Sua decisão de tomar fragmentos, mas não sequências, as define como situações, “momentos” pelos quais a obra deixa *marca*, apelando assim a ver a vida não no temporal, mas no emocional, na particularidade da situação, na experiência da vida real (ao que apontam os

48 Conceito já citado de Santos anteriormente (2003, p.129)

49 Excluding or denying parts of its own body, forgetting to take into consideration continents, languages, communities, because they don't respect to the world press (Media) code: English speaking net connected communities. The language, the location, and the technological level of development determine the accuracy of the Internet feedback of the planet. Internet is a highly filtered culturally oriented nervous system. (Tradução nossa)

50 Deflação é a descida de valores no mercado, caracterizado por uma alta oferta e/ou uma baixa demanda com a conseqüente queda dos preços para vender o stock acumulado, ocasionando uma variação negativa; o dinheiro não circula, mas se concentra.

uerto Rico 18200 NERVOUS Bayamo Cuba 491 NERVOUS Beaumont United States 265000 NERVOUS Beawar India 1
 NERVOUS Bedford United Kingdom 429000 NERVOUS Beer Sheva Israel 89600 NERVOUS Belan China 1380000 NERVOUS Beido
 China 2 NERVOUS Beihai China 564 NERVOUS BEIJING China 1090000 NERVOUS Beira Mozambique 756 NERVOUS BEIRU
 Lebanon 258000 NERVOUS Belem Brazil 41300 NERVOUS Belaya Tserkov Ukraine 54 NERVOUS Belfast United Kingdom 4110
 NERVOUS Belford Roxo Brazil 72 NERVOUS Belgaum India 9520 NERVOUS Belgorod Russia 1160 NERVOUS Bellary India 61
 NERVOUS Bello Colombia 61100 NERVOUS BELMOPAN Belize 520 NERVOUS Belo Horizonte Brazil 85200 NERVOUS Belt
 Moldova 52 NERVOUS Bendery Moldova 110 NERVOUS Bene Beraq Israel 28 NERVOUS Bengbu China 29600 NERVOUS Bengku
 Indonesia 734 NERVOUS Benin Nigeria 173000 NERVOUS Beni-Suef Egypt 236 NERVOUS Benito Juarez-Cancun-Q.Roo Mexico
 NERVOUS Benoni South Africa 965 NERVOUS Benxi China 577 NERVOUS BEOGRAD Serbia and Montenegro 20500 NERVOU
 Bepur Japan 16700 NERVOUS Berydansk Ukraine 272 NERVOUS Berezanski Russia 100 NERVOUS Bergamo Italy 70900 NERVO
 Bergen Norway 198000 NERVOUS Bergisch Gladbach Germany 19700 NERVOUS BERLIN Germany 1590000 NERVOUS BERN
 Switzerland 261000 NERVOUS Besancon France 43900 NERVOUS Betim Brazil 152 NERVOUS Beverley United Kingdom 6560
 NERVOUS Bexley United Kingdom 46300 NERVOUS Bhagalpur India 517 NERVOUS Bhatapur India 596 NERVOUS Bharuch Inc
 NERVOUS Bhatpara India 48 NERVOUS Bhavnagar India 567 NERVOUS Bhilai Nagar India 161 NERVOUS Bhillwara India 31
 NERVOUS Bhimavaram India 137 NERVOUS Bhind India 1960000 NERVOUS Bhiwandi India 231 NERVOUS Bhiwani India 51
 NERVOUS Bhopal India 71800 NERVOUS Bhubaneswar India 17600 NERVOUS Bhuj India 633 NERVOUS Bielefeld Germany 636
 NERVOUS Bialystok Poland 26400 NERVOUS Bid India 812000 NERVOUS Bidar India 440 NERVOUS Bielefeld Germany 636
 NERVOUS Bielsko - Biala Poland 967 NERVOUS Bien Hoa Vietnam 32000 NERVOUS Bihar Sharif India 11200 NERVOUS Bi
 Russia 66 NERVOUS Bijapur India 755 NERVOUS Bikaner India 12900 NERVOUS Bilaspur India 742 NERVOUS Bilbao Spain 9591
 NERVOUS Binjai Indonesia 198 NERVOUS Birjand Iran 167 NERVOUS Birmingham United Kingdom 979000 NERVOUS Birmingha
 United States 712000 NERVOUS BISHKEK Kyrgyzstan 15700 NERVOUS BISSAU Guinea-Bissau 144000 NERVOUS Bitung Indones
 109 NERVOUS Blackburn United Kingdom 248000 NERVOUS Blackpool United Kingdom 171000 NERVOUS Blagoveshchensk Russ
 NERVOUS Blantyre-Limbe Malawi 20 NERVOUS Blida Algeria 531 NERVOUS Blitar Indonesia 270 NERVOUS Bloemfont
 South Africa 31000 NERVOUS Blumenau Brazil 10300 NERVOUS Boa Vista Brazil 126000 NERVOUS Bobo Dioulasso Burkina Fa
 10060 NERVOUS Bobruisk Belarus 170 NERVOUS Bochum Germany 96800 NERVOUS Bodong China 69 NERVOUS Bogor Indones
 NERVOUS Boise City United States 201000 NERVOUS Bojnurd Iran 14 NERVOUS Bokaro Steel City India 431 NERVO
 NERVOUS Boksburg South Africa 834 NERVOUS Bologna Italy 325000 NERVOUS Bolton United Kingdom 433000 NERVOUS Bolzano Italy 5471
 NERVOUS Boma Congo, Democratic Republic of the 784 NERVOUS Bombay India 382000 NERVOUS Bonn Germany 29501
 NERVOUS Boras Sweden 823 NERVOUS Bordeaux France 342000 NERVOUS Borisov Belarus 376 NERVOUS Borujerd Iran
 NERVOUS Boshan China 68 NERVOUS Boston United States 1890000 NERVOUS Botosani Romania 589 NERVOUS Botou China
 NERVOUS Botshabelo South Africa 112 NERVOUS Bottrop Germany 550 NERVOUS Bouake Cote d'Ivoire 171 NERVOUS Bourg
 Bulgaria 16200 NERVOUS Bournemouth United Kingdom 172000 NERVOUS Boutou China 49 NERVOUS Bracknell Forest Unit
 Kingdom 25500 NERVOUS Bradford United Kingdom 514000 NERVOUS Bragança Paulista Brazil 337 NERVOUS Brahmapur India
 NERVOUS Braila Romania 531 NERVOUS Braintree United Kingdom 67800 NERVOUS Brampton Canada 99700 NERVOUS BRASIL
 Brazil 108000 NERVOUS Brasov Romania 21100 NERVOUS BRATISLAVA Slovakia 65100 NERVOUS Bratsk Russia 338 NERVOU
 Braunschweig Germany 92800 NERVOUS BRAZZAVILLE Congo 4200 NERVOUS Breckland United Kingdom 616 NERVOUS Bra
 Netherlands 58900 NERVOUS Bremen Germany 199000 NERVOUS Bremerhaven Germany 23700 NERVOUS Brent United Kingdo
 408000 NERVOUS Brescia Italy 98200 NERVOUS Brest France 101000 NERVOUS Brest Belarus 19500 NERVOUS Bridgeport Unit
 States 149000 NERVOUS BRIDGETOWN Barbados 22400 NERVOUS Brighton United Kingdom 503000 NERVOUS Brisbane Austr
 NERVOUS Bristol United Kingdom 939000 NERVOUS Brno Czech Republic 68400 NERVOUS Broadland United Kingdo

- ↖ Fig. 49. 3200 buscas/emoções
- Fig. 50. Mapa da mistura das emoções
- Fig. 51 Frozen Feelings. (Temor). Internet, escultura digital. 2005..
- Fig. 52 Sfear. Internet, instalação, vídeo.

situacionistas); porém, o seu resultado material a define também como vestígio ou fóssil, ainda assim é resgatada como *nodo*.

Na obra *Sfear* (fig. 52), Benayoun começa a expandir sua obra no espaço físico para ser exibida. Esta instalação aconteceu na Catedral St. Pierre aux Nonnains⁵¹. Em *Sfear* se distribuem as *Frozen feelings* no espaço expositivo representando a emoção “temor” em datas específicas; e dominando o espaço, um balão de hélio no altar sobre o qual se projetavam os resultados do mapa emocional. A obra não permite a interação com a informação, o público é *inibido*, de forma que se lhe impõe o estado contemplativo, acrescentado pela atmosfera religiosa do ambiente, para a *recepção* das esculturas como “reliquias” ou objetos de luxo⁵² (BENAYOUN, 2005), acelerando sua entrada ao circuito do *especulativo* em um espaço de discurso unidirecional: “O público tem uma perspectiva de impotência, não tem controle sobre o sistema e fica constrangido⁵³ com a informação ao mesmo tempo. A forma como esta instalação se representa, reforça essa perspectiva.”⁵⁴ (HUEMER, 2010, p. 293-294)⁵⁵

O elemento situacionista que acompanha a ópera(ção) se enfatiza em *Emotional Market (e-market)* (fig. 53), *Emotional Stock exchange (e-stock)* (fig. 54), e *e-box* (2005) (fig. 55). Benayoun ao começar sofisticar o uso dos dados, adquire elementos do mundo financeiro para criar uma estrutura justificada da sintagmática econômica, construindo um entorno mercantil e configurar as emoções dentro de um sistema de valores, no qual os dados entre as emoções e as cidades são cruzados como *stocks* na bolsa. Neste marco gerado, as emoções participam em competência, em uma luta de valores flutuantes característicos da liquidez que o mercado emocional oferece na ficção gerada; e da ambivalência que surgia entre o mundo da transcendência espiritual e da transferência econômica característica de *Sfear*, emana aqui exclusivamente a capitalização na transfiguração do sensível: Do templo ao *merchant*⁵⁶

51 Também foi o primeiro lugar onde exibiu *Frozen feelings*.

52 Do anímico espiritual da religião, da alma e os processos de transcendência, ao anímico artificial do mercado, das emoções e os processos de transferência.

53 Überwältigt pode significar tanto esgotamento e esvaziamento, quanto esmagamento, impressão ou assombro, pertinente dentro das esferas econômicas e religiosas e os valores implantados culturalmente através da tecnologia e do espetáculo.

54 Neste sentido a obra guarda certa afinidade com a arte locativa e o *site-specific*, já que a sensação de apoucamento no público que era uma intenção procurada pelo artista, se reflete no ambiente escolhido.

55 “In der dreidimensionalen Variante der Installation SFEAR hat das Publikum keine Möglichkeit das System zu steuern; die Interaktion zwischen Publikum und Kunstwerk hat die Qualität der Rezeption. Die BesucherIn kann die Emotionen der Welt als Momentaufnahme eines bestimmten Zustands betrachten. Das Publikum nimmt eine ohnmächtige Perspektive ein; es hat keine Kontrolle mehr über das System und wird von der Information gleichsam überwältigt. Die Art wie diese Installation repräsentiert wird, verstärkt diese Perspektive.” (Tradução nossa)

56 From the temple to the merchant. (Tradução nossa) <<http://www.benayoun.com/projet.php?id=32>> Acessado o 03/07/12.

Fig. 53. Emotional Market (e-market)
Internet, 12 projeções, esculturas digitais.

Fig. 54. Emotional Stock exchange (e-stock)
Internet, painéis eletrônicos.

Fig. 55. e-box
Imagem 3D – Embalagem.

A obra de arte virando produto pode ser uma *deferência* que o autor faz no seu quefazer criativo ao usar elementos da política econômica contemporânea: A aparição dos *swops*⁵⁷ e *hedge funds*⁵⁸, ao ser produto da desregulamentação bancária, permitem a manipulação do capital e provocar a sua acumulação fictícia; o artista atribui assim valor econômico ao processo artístico com os desdobramentos gerados na obra, para serem usados como *derivados* nesta transmutação econômico-artística que envolve os *produtos* resultantes e a abertura de mercados novos (das *Frozen feelings* às *e-box*), por meio de *operações complexas* para a transferência de sentidos a “valores” que eram considerados “não comerciáveis” (do *World Emotional Mapping* ao *Emotional Stock exchange*).

O desenvolvimento de *Emotional traffic (e-traffic)* (2005) (fig. 56) e *Emotion Vending Machine* (2006) (Fig. 57) aumentam por uma parte a interação do público com a informação subministrada/capturada pelas interfaces, e por outra parte inclui a experiência sonora para agir em dois campos, o físico e o lingüístico.

Em *Emotional traffic (e-traffic)*, Benayoud junto a Jean-Baptiste Barrière, executam esta *performance*, enquanto Benayoun mistura os mapas das emoções na tela central, Barrière manipula a velocidade, o timbre e a frequência dos sons usando as linhas dos meridianos; em outras 5 telas aparecem por separado as camadas do mapa que são misturados em tempo real. Paralelamente uma câmera faz uma captura do movimento, posição e número de espectadores, cujos dados afeitam uma camada de som que tem a função rítmica, incrementando-se com um auditório numeroso e reduzindo-se com seu esvaziamento. A presença dos espectadores experimenta “reativamente” sobre o ritmo, e seus trajetos e presenças se transferem para o análise do sistema, que permite uma interpretação do estado anímico do “trajeto” através da posição nodal do *interagente*, e a qualidade física-espacial do som⁵⁹ intensifica a sensação de imersão e de *participação emotiva* da produção/alteração artística

Mas a aparente divergência natural do visual e do textual-visual/sonoro tem outra característica manifesta. As funções lingüísticas e tecnológicas se fazem visível no trabalho como

---

57 Swops, conhecidos como derivados são títulos valor complexos, de curto e longo prazo que usam potentes formulas de “previsão” para poder atingir seus objetivos, mas altamente criticados por seu caráter virtual e de capital etéreo e inexistente, aprofundando ainda o chamado capitalismo de ficção e impulsionando a acumulação quimérica.

58 Fundos de cobertura, caracterizados por agir agressivamente no mercado graças a seu desregulamentado.

59 O som vai ligado ao elemento físico de tal forma que a sua natureza se evapora na materialidade que o produz, na sua interação com a realidade, se desvanece na percepção que o liga ao objeto; mas neste caso, o seu papel vai além de uma referencia (indexical?), e se fundiona com o corpo através do ritmo que lhe é próprio, como ocorre neste caso, ou como acontece na *Still feelings*, a senha de que ainda algo está vivo, de que estamos imersos na rede, o som reitera a noção de um espaço.

↑ Fig. 56. Emotional traffic (e-traffic)
Performance interativo.

↓ Fig. 57. Emotional Stock exchange (e-stock)
Internet, painéis eletrônicos.

uma unilateralidade cultural que se designa no *status quo*, tais como o inglês e a tecnologia como seu idioma e acesso oficiais. As *infografias* dependem muito de como as variáveis (as emoções) alimentem as redes (a tecnologia) desde os nodos (as cidades-sujeitos) com os adjetivos (lingüísticos - semânticos) do espectro selecionado pelo artista. Esse *ranking* que aparece é textual (a emoção nominal), mas visualmente as hierarquias cromáticas e de escala refletem a intensidade dos fluxos de cada termo *geolocalizado* no mapa, ilustrando assim as concentrações culturais do planeta com acesso a interfaces digitais e a informação, e a possíveis correspondências entre as situações político-econômicas do local no mapa e as emoções manifestadas na tela:

“A Europa é muito feliz” ou “Os africanos são pouco otimistas” ou “O povo americano está com medo.” Em termos de função, nesta obra de arte são os vínculos relacionais entre certos lugares, que correspondem às pessoas em um lugar particular e as suas emoções produzidas, em que as emoções, verbal, visual e acusticamente e os locais serão representados apenas visualmente.

A linguagem assume tão só uma parte da mensagem central desta instalação e a outra parte está representada visualmente. o um sem o outro e a declaração estaria incompleta. (HUEMER, 2010, p. 136-137)⁶⁰

Na obra *Emotion Vending Machine*⁶¹, as características do som são usadas como no *Emotional Traffic* para resolver a representação emotiva na relação textual-visual-corpórea da participação, mas aqui como o *resultado*, o *produto dispensado*, o fabricado no “controle” dos elementos misturados na interação com a instalação. Embora a obra use na interação elementos relativos às esferas de “participação” do indivíduo no ato de consumir⁶², jogando com aspetos de presença mercantil (dispensador, oferecimento de produto/serviço, visualização infográfica), pode estar discutindo o problema da produção. Aqui o interagente *fabrica* o que vai consumir, mas não significa que ele sozinho defina todo o processo, já que na máquina se faz possível a obtenção do som/imagem do que o interagente mistura no mapa, baseados nos dados variáveis do comportamento planetário - sobre os que ele tem um controle insignificante⁶³ -; procurar uma “personalização” das emoções, para desenhar um som que *(me) identifique*, é impossível pelas mesmas características próprias dos dados no mapa, é na “interação de produção” onde se quebra a noção da produção industrial, da

60 „Europa ist sehr glücklich“ oder „Die AfrikanerInnen sind kaum optimistisch“ oder „Die Menschen in Amerika fürchten sich“. Funktional betrachtet werden in diesem Kunstwerk also relationale Beziehungen zwischen bestimmten Orten, bzw. den Menschen an einem bestimmten Ort und ihren Emotionen hergestellt, wobei die Emotionen verbal, visuell und akustisch und die Orte nur visuell repräsentiert werden.

Die Sprache übernimmt also nur einen Teil der zentralen Aussage dieser Installation der andere Teil wird visuell repräsentiert. Ohne den jeweils anderen Modus wäre die Aussage daher unvollständig. (Tradução nossa)

61 Na obra as emoções mapeadas a misturar são três: medo, alegria, êxtase. O resultado sonoro e visual se pode descarregar em um dispositivo usb.

62 Desta obra surgira *Emotion Ringtone*, seu *derivado* se adaptando ao mercado

63 Insignificante em quanto dado solto, sozinho. É no conjunto dos dados e na leitura de todos eles onde deixa de sê-lo.

↖ ↗ **Fig. 58-59. e-Spotting 9/11**
Internet, performance acústico, instalação RV

↙ ↘ **Fig 60-61. Still Moving**
Escultura interativa

interação comercial, e da obra como “produto”: “independentiza”, torna autônomo um circuito de produção, e tacitamente o usuário se torna *operário livre* criando sobre uma matéria prima produzida por todos.

Para 2007, Benayoun nos apresenta *e-Spotting* e *e-Spotting 9/11* (fig. 58-59). Nesta performance, as reminiscências derivadas e elaboradas dos trabalhos anteriores, se redefinem como produto da constante volta ao emocional e ao político-econômico. Usando binoculares 3D faz um *select-by-watching*⁶⁴ dos lugares explorados pelo usuário no mapa, procura *capturar* os estados anímicos dele para revelá-los, sensação que aumenta com a resposta acústica produzida pelo olhar. Na versão *9/11* seleciona 11 emoções que são cruzadas no mapa com informação procurada sobre o 9/11, mas seis anos exatos depois. Na obra acontece um traslado de situação, usando como medida as emoções mais contrastantes em relação ao evento terrorista que marcou a história da humanidade, cria os mapas usados esse dia; uma ação arqueológica de voltar ao vestígio, de re-localizá-lo, mas que também deixa ver o espírito compulsivo de observação e os resultados emocionais da tragédia, do espetáculo informacional desse impacto:

Louco, indignado, chocado, aterrorizado, mal, triste, nervoso, feliz, animado, orgulhoso, satisfeito. As emoções estão espalhadas por todo o mapa como dados obscuros escrutinados conforme aos sentimentos paradoxais à espera de ser decifrados por observadores compulsivos. (BENAYOUD, 2007)⁶⁵

Still Moving (2008) (fig. 60-61) é uma escultura interativa, com grande referência às *frozen feelings* mas em grande escala. A escultura feita é o resultado da seleção temporal de três emoções (excitado, nervoso, ansioso) em um dia determinado, que são justapostas em relevo, como pequenos picos e ilhas distribuídos sobre uma forma parecida a um mundo *deflacionado*. O autor realiza assim uma *tectônica* das emoções, uma classificação das suas morfologias, para tornar em uma visão integrada as suas relações geográficas palpáveis. As respostas da interatividade se dão no sonoro-tátil-corpóreo: Os espectadores ao tocar a obra, são projetadas sobre a escultura o mapa das emoções atualizado do setor que é coberto pelas mãos; paralelamente são emitidos sons de baixa frequência (5-20 Hz) dependendo sua frequência da informação da área determinada. O som neste caso manifesta também as áreas vazias – invisíveis – presentes no branco da informação escultórica, geografias dos *outsiders* da informação, órgãos de um corpo que os esquece, um mundo propenso aos

64 Seleções feitas pela mirada, um *eyetracking*.

65 Mad, outraged, shocked, terrified, bad, sad, nervous, glad, excited, proud, satisfied The emotions are spread all over the map like obscure data scrutinised as paradoxical feelings waiting for being deciphered by compulsive spotters.(tradução nossa)

acúmulos econômicos-sensoriais dos grandes centros urbanos, mas que dão sinais de vida, *Still moving*: “África, tornando-se um arquipélago, está muito longe da realidade do continente, como um membro amputado, do qual você não iria mesmo sentir as dores fantasma. (BENAYOUN)⁶⁶

Na obra *eMoving Still* (2008) (fig. 62-63), as fotografias tiradas nas montagens das suas obras, revelam uma leitura de momentos particulares de interações com elas, que, com legendas cheias de humor, se comportam como um jogo situacionista, onde o autor, além de fazer uma espécie de filme documentário, incrementa o número de interpretações da sua complexa ópera. Nesse sentido a performance *Economic for emotions* (2011) (fig. 64) seguindo uma postura situacionista⁶⁷, se apresenta como uma conferência que mostra as virtuosidades dos dados emocionais oferecidos por seus mapas e pelo motor de busca e processamento, como potencial econômico frente à crise. Isto é notório no aplicativo Kitsun (fig. 65) que junto ao GPS, detecta os fluxos sensíveis nas cidades, e permitindo aos usuários definir bares e shows onde assistir, baseado nas manifestações emocionais compartilhadas com outros pelo aplicativo, que com modificações esta sendo implementado comercialmente na internet.⁶⁸

Para 2011, Benayoud nos apresenta *emotional forecast* (fig. 66-67) e *emotional forecast for urban screens* (fig. 68), que usa diretamente iconografia das previsões meteorológicas e da bolsa de valores. Este tipo de infografias visualiza a informação de forma que usando o imaginário da mídia, fazem inteligível a informação apresentada, e deixam ainda mais evidente o caráter fluido das emoções no transito global, como correntes de ar ou áreas de baixa pressão, *injetando ficção na realidade*⁶⁹:

Como uma ficção lógica tem um impacto tangível sobre a realidade e as limitações do sistema. Apresente as *emoções do mundo* tal como programa meteorológico ou das cotações da bolsa, tornando estranhamente semelhante a sua representação com a Bloomberg TV, faz da *Emotion Forecast* uma ficção realista (Benayoud, 2010)⁷⁰

No *Emotion Forecast for urban screens*, encontramos uma preocupação de Benayoun por ir a espaços mais dinâmicos socialmente, e a proposta de jogar esta informação em grandes telas nos espaços urbanos, nos faz pensar que o artista esta entrando a circuitos de comu-

66 Africa, becoming an archipel, is far from the reality of the continent, as an amputated limb, from which you would even not feel the ghost pains. (Tradução nossa) Disponível em <<http://www.moben.net/projet.php?id=103>> Acessado o 20/07/12

67 Este trabalho de Benayoud, faz lembrar o tipo de performance realizado por Yes Men e RTMark, com os quais o artista sente afinidade ideológica e de ação.

68 Um produto derivados deste projeto se pode encontrar em <http://www.sencities.com/> (versão beta) (Acessado em 19/07/12)

69 (GODE, 2012, p. 11)

70 Comment une fiction-logique a un impact concret sur la réalité et les limites du système. Présenter les émo-

and you think it can be profitable?

right... real frozen feelings for sale !

Fig. 62-63. eMoving Stills

Right... real frozen feelings for sale / ...and you think it can be profitable?

Certo ... sentimentos reais congelados para venda / ... E você acha que pode ser rentável?
Serie fotográfica.

Fig 64. Economics for emotions. Performance

Fig. 65. Kitsum. Multimídia/Navegador urbano móbil

nicação para ampliar a interação com um numero maior de pessoas através da informação, cuja precisão e possibilidade de antecipação a coloca no terreno do sonho da sociedade atual: *a predição*, como elemento da transcendência das sensações e suas sintomatologias – como no processo médico/psicológico –, e como transferência dos dados, que na algorítmica que *sistematiza* as flutuações se aventura no futuro para *modelá-lo* no presente – como no processo meteorológico/econômico: “Atualmente posso prever o estado emocional do mundo com 2 ou 3 dias de antecedência...”⁷¹ (BENAYOUN, 2011b, p. 21). A antecipação é a regra.

No seu ultimo projeto, *Occupy Wall Screens* (2012), Benayoun apresenta uma obra com uma faceta mais provocativa no discurso político. O projeto se vale das emoções, mas estas sendo cruzadas com as cotizações de bolsa das empresas envolvidas nos acontecimentos da queda da bolsa em 2008, e as cidades que realizam eventos *Occupy* no planeta. Os contrastes apresentados na tela interpelam ao público sobre as circunstancias econômicas da crise e o estado anímico mundial, mas especificamente onde acontecem os protestos. Assim, informações dos Stocks de Bank of America ou Goldman Sachs se contrastam com as emoções de Nova York, Barcelona ou São Paulo – 99% down 1% up –, medindo o pulso planetário da inconformidade, dos indignados: dos “órgãos” que se manifestam e procuram formas de comunicar ao corpo social que o sintoma se faz geral, que temos que agir para evitar que os mal-estares de crônicos passem a ser doenças “terminais,” e como o artista opina segundo uma entrevista concedida a Michael Kurcfeld:

Benayoun procura contrastar a cobiça do 1% com a humanidade do 99%. Ele também tem algumas idéias radicais sobre as maquinações de Wall Street, defendendo, por exemplo, uma regulamentação que impusesse um atraso de um dia a todos os negocios - para mitigar o emocionalismo que o mercado do comércio instantâneo intensificou até níveis prejudiciais. (BENAYOUN, 2012)⁷²

Aqui a proposta de Benayoun propõe que a interação se de no plano informacional, e que a obra passe a ser uma ferramenta de uso tático, para com aquilo promovê-la como espaço de divulgação do fenômeno Occupy, e arte colaborativa de uso militante, essa intenção que define a “arte aberta” como conceito que se oferece com mais força nesta obra, opinando assim na entrevista concedida a Lorenzo Taiuti:

---

tions du monde comme la météo ou le cours de la bourse, faisant étrangement ressembler leur représentation à Bloomberg TV, fait d'Emotion Forecast une fiction réaliste. (tradução nossa)

71 I am currently able to predict the emotional state of the world 2 or 3 days in advance... (tradução nossa)

72 Benayoun seeks to contrast the avarice of the 1% with the humanity of the 99%. He also has some radical ideas about Wall Street machinations, advocating, for instance, for regulation that would impose a one-day delay on all trades -- to mitigate the emotionalism that the instant-trade market has ratcheted up to damaging levels. (Tradução nossa)

Fig. 66-67. Emotional Forecast Internet, Instalação Interativa.

→ Fig. 68. Emotion Forecast for urban screens. Paineletrônico.

↓ Fig. 69. Occupy Wall Screens. Painéis eletrônicos.

Arte aberta vista como arte aberta à mídia, livre difusão, divulgação e uso da tecnologia. O “sonho da criação” não significa apenas sonhar para superar fronteiras, mas fugindo além disso da sua própria identidade. Para agir no mundo ao ponto de se tornar mais real que a própria realidade. (BENAYOUN, 2012)⁷³

Para finalizar está análise da obra de Benayoud, as características ideológicas que distinguem a sua obra podem ser interpretadas como uma crítica ao modelo econômico contemporâneo, e à exploração ilimitada dos recursos subjetivos das emoções, que usadas com interesses aberrados por parte do espetáculo, deveriam ser usadas para uma conscientização política dos indivíduos sobre o *modus operandi* dos fluxos informacionais, e frente à pergunta dos “falsos tecnológicos” e o “crescimento do conhecimento” feita por Tautu, o artista responde usando o eixo da sua concepção de fusão crítica:

Estamos experimentando uma representação cada vez mais simbólica do que é real. Como o World Trade Center, que era ao mesmo tempo um local de trabalho tangível e um símbolo da economia americana e do poder. Hoje em dia é necessário incluir o mundo da informação dentro dos “tecidos” do real. Mas ao mesmo tempo, essa inclusão deve provocar uma tomada de consciência. Ou, melhor dizer, uma crise. Devemos voltar às idéias dos situacionistas: a imagem esconde a realidade, não revelá-la. (BENAYOUD, 2011)⁷⁴

3.1.2 1000 platitudes

Rafael Lozano-Hemmer

(2003)

A mídia não é a precursora de uma aldeia utópico global,
a interatividade não é o ópio dos compradores.
(DRUCKREY, 2003, p. 70)

O trabalho de Rafael Lozano-Hemmer, em uma leitura global da sua trajetória, desenvolve permanentemente um diálogo com a cidade, tanto com seus moradores quanto com sua arquitetura, usando elementos de alta tecnologia com os quais exerce uma transformação do entorno arquitetônico, modificando o discurso planejado da urbanística contemporânea, usando-a como substrato para construir uma *arquitetura relacional*.

Este termo propõe como eixo fundamental a interação urbana para conectar a os passeantes e moradores de um lugar com as camadas de realidade existente no entorno cotidiano. O(s) vínculo(s) criado(s), esta contorneado de posturas políticas nas que a interface artística

⁷³ Open art seen as art opened to media, free diffusion, broadcasting and use of technology. The “dream of creation” does not only mean dreaming to overcome frontiers, but escaping from one’s own identity too. To behave in the world could become realer than reality itself. (Tradução nossa)

⁷⁴ Today it is necessary to include the information world within the “tissues” of the real. But at the same time, this inclusion must cause an awareness. Or, better to say, a crisis. We should come back to the Situationists’ ideas: image hides reality, it does not reveal it. (Tradução nossa)

abre umbrais momentâneos sobre territorialidades predefinidas, que são transformadas na interação e re-definidas na ocupação participativa:

Para transpor espaço interior e exterior, para recuperar a praça pública como um local de discurso público, do imaginário social, da “projeção” da vontade pública, é um ato ao mesmo tempo desafiador e atraente. Para “escrever” nas superfícies do céu, sobre as paredes exteriores dos edifícios que se destacam como um repositório da história cultural, de “escrever” o corpo no “texto social” do mundo físico (...) (DRUCKREY, 2003: p. 70)⁷⁵

Com aquilo, o artista também procura promover outras redes para a arte, outros circuitos, que volcados para o público procuram ampliar nele as interfaces de intercâmbio e assim, a percepção sobre cotidiano e cidade:

A cidade como grande teatro de ação, como imenso espaço expositivo, como uma infinita fonte de inspiração para articular novas formas e novos conceitos. Em oposição à cidade global achamos, pois, a cidade como cenário de um novo panorama artístico independente de estruturas tradicionais, como museus que se deslocam a dinâmicas globalizadoras. A cidade se torna em uma alternativa ao local do museu, se torna em âmbito do site-specific, onde o artista se sente livre de utilizar e dar vida a partes da cidade contextualizando-las como espaço expositivo. A cidade é de por si, um contexto adequado para expor arte. (BENEDETTI, 2003, p. 29)⁷⁶

Na obra *1000 platitudes*, o artista a diferença de outras obras usa a luz, não sendo projetada por interação, nem como meio para transmitir uma imagem formada por pixels, e se afasta do digital para se acercar ao óptico, não tanto de forma cinematográfica quanto tipo-fotográfica-ambiental (fig. 70).⁷⁷

Lozano-Hemmer seleciona uma tipografia para calcar e recortar em acetatos escuros cada letra do alfabeto. Com elas ocupa provisoriamente prédios da cidade projetando-las sobre locais de diverso tipo (Centros residenciais, fabricas, sedes corporativas, etc.), através de um potente projetor de 110.000 lumens que permite gerar imagens de mais de 70x70 m, montado em um caminhão de 12 T junto a um gerador (fig. 72-73). Em cada projeção usava uma letra, que era projetada sobre o prédio a intervir. Lozano manipula a óptica do projetor para ajustar a forma tipográfica na arquitetura do entorno. O artista, nesta ação guerrilha feita

---

75 To transpose interior and exterior space, to reclaim the public square as a site of public discourse, of the social imaginary, of the ‘projection’ of the public will, is an act at once defiant and compelling. To ‘write’ into the surfaces of the sky, onto the exterior walls of buildings that stand as a repository of cultural history, to ‘write’ the body into the ‘social text’ of the physical world (...) (Tradução nossa)

76 La ciudad como gran teatro de acción, como inmenso espacio expositivo, como una infinita fuente de inspiración para articular nuevas formas y nuevos conceptos. En oposición a la ciudad global encontramos, pues, la ciudad como escenario de un nuevo panorama artístico independiente de estructuras tradicionales, como museos que se desplazan a dinámicas globalizadoras. La ciudad se convierte en una alternativa al lugar del museo, se convierte en ámbito de un *site-specific*, donde el artista se siente libre de utilizar y dar vida a partes de la ciudad contextualizándolas como espacio expositivo. La ciudad es de por sí un contexto adecuado para exponer arte. (Tradução nossa)

77 Quase eletrográfica.

↗ Fig 70-71. 1000 platitudes.
Intervenção urbana – instalação fotográfica

↘ Fig 72-73. Intervenção em Linz

em Linz, usava o caminhão para se dirigir furtivamente às diferentes partes da cidade que fotografaria, fugindo da vigilância policial. Na etapa posterior a esta intervenção urbana, o artista compõe com os prédios das letras fotografadas *mil usos tópicos*, que são empregados pelos promotores urbanos e de políticas públicas para se referir à cidade e a abertura de novos mercados – entre eles o imobiliário –, imprimindo-as em um tríptico como um grande panorama consecutivo de um discurso feito de fragmentos, mas de igual forma um grande muro.

Assim nos fala dos roteiros de cidade que são projetados desde o político-econômico para o presente e o futuro, termos como “luxo”, “establishment”, “acolhedor”, “requintado”, aparecem recompostos após da sua desconstrução nos entornos capturados na colagem fotográfica; escreve assim o discurso institucional e o tira do fluxo para congelá-lo no muro, como um listado imposto, e por mais de poder gerar outras palavras, a imagem capturada as torna de novo à rede urbana.

Esta obra de Lozano trabalha amplos sentidos. O trabalho do tipo sobre a arquitetura tem forte referencia aos usos da tipografia nas cidades clássicas, onde o discurso histórico da cidade estava acompanhando o dia-a-dia em uma estreita união entre tipo e pedra, as cidades como livros abertos, ou como acontece com o código de Hammurabi e a coluna de Trajano: a lei, a história e o poder inscritos na pedra eterna do monumental. A idéia de Lozano de dar forma ao imaginário da urbe, mas percebido desde a órbita do político-econômico conota uma elaboração de um roteiro para reconstruir esse discurso, com as palavras que identificam os centros de interesse das intervenções econômicas no território urbano e político, se impregnando nas linguagens sociais desde as estruturas publicitárias e do Branding: *a cidade é o produto e o mercado*.

Além da importância da união da óptica com o espaço dos lugares selecionados que Lozano altera com o *mapping* feito – projetando sobre fumaça industrial, sob pontes, e com ajuda de espelhos –, ressurge o espaço como elemento do cenográfico, parte da posta em cena. Dentro da tipologia que Hemmer cria, se fazem evidentes os contrastes entre o lingüístico, a composição arquitetônica e a composição espetacular da publicidade⁷⁸, não abandonando ao público “como massas ‘corais’ de espectadores passivos” ante um “super-cinema”, se abre a interface “na qual o feedback e o agenciamento individual criam uma espécie de anti-espetáculo.” (DRUCKREY, 2003, p. 70) O trabalho de Johann David Steingrüber em 1773 marca

---

⁷⁸ Lembrar o já citado trabalho de David Carson, *Trek*, em consonância ao pensar as tipografias que tapizam com a publicidade a o entorno publico.

um estádio racionalista da letra em relação à estrutura e o entorno, na sua inaplicável obra *Alfabeto Arquitetônico* (fig. 74), onde cada caráter é um prédio, sua projeção tridimensional de um legado do antropocentrismo formal, e posteriormente o trabalho do casal de fotógrafos Bern e Hilla Becher, que criam uma tipologia das cidades industriais, a arquitetura das fabricas e das usinas como esculturas no preto e branco da fotografia, a função e o poder por meio da materialidade arquitetônica (fig. 75), Hemmer na tipologia que ele elabora, faz palpável a cidade em fluxo, a imaterialidade do poder e das políticas características de uma cidade pós-industrial, um fluxo que detêm e recompõe com outros fragmentos de uma cidade deslocada em imagem, mas com *localidade* no texto das estratégias urbanísticas.

A contínua referencia ao conceito de espetáculo, afirma a idéia do fantasmagórico, de uma montagem fantasmática, embora com inspiração poética trazida do trabalho de Etienne Gaspard Robertson, como seu *fantasmascópio* (fig. 76) quem conseguia a imersão sensorial dos assistentes aos seus atos: “Os primeiros espectadores saíam das sessões de fantasia realmente surpresos, após de sofrer descargas elétricas, o ópio e a agressão terrível do calor das imagens macabras, da luz e dos moveis” (Lechner, 2008)⁷⁹; ou na referencia do *Clavilux* de Thomas Wilfred (fig. 77) como inspirador dos jogos abstratos com luz, será com a arquitetura espetacular de Speer ou os arquitetos da eletrografia das Vegas dos anos sessenta, que terá mais afinidade enquanto ao meio e a tecnologia com a experiência do usuário na cidade, e com o teor político do trabalho do coletivo *Contained/Timesup* e sua obra *Shotgun TV* (fig. 78) cuja proposta de ocupação móbil dos prédios através de um projetor sobre um carro destaca sua ação subversiva, assim, Hemmer também recupera a “aura” que a obra de arte perdeu na tecnologia imagética e de reprodução (Tolic, 2008, p. 58), e a áurea que perdeu a cultura cidadã no urbanismo e na arquitetura corporativa: “Para Lozano-Hemmer, o projeto busca “o que Brecht chamou ‘a percepção dos laços’: o momento de cumplicidade entre a representação e a realidade”. (STOEL, 2012).⁸⁰

Em fim, desde diferentes referencias e influencias, Hemmer usa a luz como elemento de transmissão da imagem, mas no caso que estamos referindo aqui, a imagem é a mesma luz, que intensifica certo estado fantasmático, etéreo, mas a sua vez diáfano e potente, conceitos que permitem uma resposta política do autor na cidade com um portal momentâneo, para que o cidadão enxergue como o espaço da cidade define e é definido por instancias nas quais:

⁷⁹ Les premiers spectateurs de la fantasmagorie sortirent réellement choqués des séances, après avoir subi des décharges électriques, des bouffées d’opium et l’assaut terrifiant d’images macabres, mobiles et lumineuses. (Tradução nossa)

⁸⁰ For Lozano-Hemmer, the project seeks “what Brecht called ‘a noticing of the knots’: the moment of complicity between the representation and reality. (Tradução nossa).

↖ Fig. 74. Alfabeto Arquitetônico
J. David Steingrüber

↗ Fig. 75. Tipologias urbanas.
Bern e Hilla Becher.

← Fig. 76. Fantasmascopio
Etienne Gaspar

↙ Fig. 77. Clavilux
Thomas Wilfred

↘ Fig. 78. Shotgun TV. (1995)
Contained/Timesup

As condições “geográficas” são, indubitavelmente, condições sociais, porém de um tipo particular. O problema da dialética de classes, não há dúvida, sempre se acha presente, mas a diversidade (enorme) de situações espaciais de classe também constitui um problema. (SANTOS, 2000, p. 82)

3.2 Alterações dos territórios do poder

Aqui, as obras agrupadas para análise utilizam poéticas que remetem diretamente ao *branding*. Apropriando-se das táticas comunicacionais da publicidade e do *design*, alteram os fluxos midiáticos para *interpelar* o público sobre o papel dele na sociedade, gerando coesões político-ideológicas no coletivo, nas quais surge a interação.

As obras a serem analisados são: *Pure murder* (2004) de Minerva Cuevas e *Toywar-Etoy.share* (2000-2001) de eToy. Estes artistas-coletivos trabalham o âmbito político relacionado a uma *causa* concentrada nos interesses sociais, evidenciando o peso sobre a informação exercido pelos estados e corporações no coletivo e *interferindo* nos fluxo de informação. Como interventor, o artista provoca no *público-usuário* uma *reflexão ativa*, propondo ferramentas que unam diversos contextos individuais e que estimulem o *agir colaborativamente*, a fim de acionar os mecanismos sociopolíticos aos quais, como *cidadãos-sujeitos*, têm direito:

Há uma sensação de alívio de quem participa nos meios de comunicação tática ao poder ser uma espécie de híbrido cultural. Artista, cientista, técnico, artesão, teórico, ativista, etc, todos poderiam ser misturados em combinações que tenham um peso e intensidades diferentes. Estas múltiplas funções (cada artista, virando ativista, virando cientista, etc) contidas em cada indivíduo e grupo poderiam ser reconhecidas e valorizadas. (CAE, 2001, p. 5)⁸¹

---

81 “(...) On the other hand, joy can emerge out of separation that expresses itself as generative difference. There was a feeling of relief that those involved in tactical media could be any kind of cultural hybrid. Artist, scientist, technician, craftsperson, theorist, activist, etc., could all be mixed together in combinations that had different weights and intensities. These many roles (becoming artist, becoming activist, becoming scientist, etc.) contained in each individual and group could be acknowledged and valued. (Tradução nossa)

3.2.1 *Pure Murder.*

Minerva Cuevas.

2004

Acho que são problemáticas as categorias que se tem gerado ao redor dos projetos que trabalham com o social, Por isso eu digo: é muito claro que eu tenho posição política, se vê refletido no meu trabalho, mas se vê refletido em qualquer coisa que eu faça.
(CUEVAS, 2010)⁸²

A atividade de Minerva Cuevas sempre esta imbricada com a ação artística no campo político. Seu projeto *Mejor Vida Corp: por uma interfase humana* (MVC) que se inicia em 1998 (fig. 79), trabalha com concepção empresarial, é dizer, em primeira instancia sua estruturação tem como fundamento as características próprias de uma empresa (logo, slogan, linguagem institucional, etc.), e assim mesmo oferece produtos cuja finalidade é alterar a interação comercial do usuário com o mercado, por meio de adesivos com códigos de barras para reduzir os preços da comida no mercado, tíquetes de graça para o metro (fig. 80), carteirinhas de estudante para descontos nas atividades culturais (fig. 81), pílulas de segurança para as viagens de metro em Nova York (fig. 82-83), etc.

Neste sentido a obra de Cuevas é um ato transgressor, que deixa claro o ataque na sua forma direita de se apresentar, e seu ativismo baseado principalmente na sintagmática corporativa e suas operações econômico-políticas, se entretete com os processos e produção comunicacional, com as técnicas de publicidade e branding, e com a ironia reforçada pela leitura do contexto histórico e dos imaginários mediáticos, abre a discussão para servir de canal de transmissão ultrapassando o convencionalismo próprio da publicidade, usando-o para realizar um ataque ao capitalismo e ao nosso imaginário pop.

No site da sua empresa⁸³ se enxerga como cada um dos seus projetos se configuram na idéia do institucional. No link campanhas, faz uma agrupação de várias obras onde pratica o *culture jamming*, o apropriação dos elementos corporativos para sua desconstrução, alterando os elementos *ortotipográficos*⁸⁴, subjugando a estrutura de sentido corporativo para que nos fale o que nos oculta, e com seus murais nos lembra do monumental publicitário e sua presença permanente, do choque visual da alteração da paisagem urbana, mas

82 "Creo que son problemáticas las categorías que se han generado en torno a los proyectos que trabajan con lo social. Por eso yo digo: es muy claro que tengo una posición política, se ve reflejado en mi trabajo, pero se ve reflejado en cualquier cosa que yo haga". (Tradução nossa).

83 <<http://www.irational.org/mvc/espanol.html>> Acessado em 17/07/12.

84 Define-se assim aos elementos ortográficos –semânticos e lingüísticos – e tipográficos – visuais e formais – característicos na imagem do design e da publicidade.

↖ Figura 79. Logo de Mejor Vida Corp.
Minerva Cuevas

↗ Figura 80. Tíquete de metro.
Minerva Cuevas.

↓ Figura 81. Carteirinha estudantil para descontos.
Minerva Cuevas

↘ Figura 82-83. Pímulas para segurança.
Minerva Cuevas.

assim, estabelece uma ponte conceitual com o muralismo e suas aproximações aos artistas revolucionários mexicanos:

(...) Muitos dos artistas mexicanos de hoje, diz Pérez-Oramas, que re-engajados com a narrativa, mas de uma forma muito mais conceitual. São muito mais propensos a se concentrar no “social” do que no “realismo”.

Por exemplo, Minerva Cuevas, 32, costuma fazer trabalho ativista social. Ela pintou murais, o formato favorecido pelos primeiros mexicanos social realistas, mas suas descrições são muito mais mordazes. (HOLMES, 2008)⁸⁵

Assim, *Pure Murder* (2004), usa a alteração da linguagem corporativa de Del Monte para denunciar o abuso laboral e as ameaças contra sindicalistas, especialmente em América Latina⁸⁶, trazendo à memória o golpe à Guatemala pela proposta de reforma agrária do presidente Jacobo Arbenz ao tentar expropriar a United Fruit Company em 1954, agora propriedade de Del Monte⁸⁷; e assim lembrar como as sucessivas ditaduras expropriaram terras camponesas em benefício dos grupos econômicos do comércio de alimentos.

Cuevas usa o espaço do museu para pintar o grande mural com a publicidade da marca alterada e montando as latas de pasta de tomate empilhadas, lembrando os trabalhos de Andy Warhol e da corrente pop norte-americana quanto de *Guerrilla Girls On Tour* (CUEVAS, 2010). Mas a intenção é usar os espaços expositivos para fazer sua crítica sob esta razão:

Às vezes se tende a sobrevalorizar o espaço público, acreditando que pondo algo fora do museu vai ter mais visibilidade pela gente que se encontra no espaço público, mas na verdade pode facilmente se perder pelo caos urbano ou não ser efetivo. É bem difícil se aproximar às pessoas. Não me refiro a se aproximar-lhes fisicamente, senão a sua atenção ou a o que os pode entreter o suficiente. Ao museu vão com essa pressa de prestar atenção. (CUEVAS, 2010)⁸⁸

A interação com a obra, chama ao espectador a uma leitura crítica do seu papel no consumo, a través do choque ao enfrentá-lo a uma imagem *familiar* de marca e do *design*, que

85 Many of today's Mexican artists, Pérez-Oramas says, have reengaged with narrative, but in a far more conceptual way. They are much more likely to focus on the “social” than on the “realism.”

For example, Minerva Cuevas, 32, typically makes social-activist work. She has painted murals—the format favored by Mexico's early social realists—but her depictions are far more acerbic. (Tradução nossa)

86 Informe que incrimina a três empresas (entre elas Del Monte) por abuso e exploração laboral nas nações em desenvolvimento. Veja-se <<http://www.globalissues.org/article/63/the-banana-trade-war>> -em inglês- (Acessado em 28/07/12)

87 Outros eventos históricos onde a UFCO esteve envolvida foi a massacre das bananeiras na Colômbia em 1928, marcada pelas relações da CIA como laço da rede corporativa Dole-Chiquita-UFCO-United Brands-Del Monte, que se dá até hoje nas áreas de conflito em América Latina.

88 A veces se tiende a sobrevalorar el espacio público, creyendo que poniendo algo afuera del museo va a tener más visibilidad por la gente que se encuentra en el espacio público, pero en realidad puede fácilmente perderse por el caos urbano o no ser efectivo. Es bien difícil aproximarse a la gente. No me refiero a acercárseles físicamente, sino a su atención o a lo que los puede entretener lo suficiente. Al museo van con este afán de prestar atención”. (Tradução nossa)

Fig 84-85 Logo de Del Monte alterado/ Mural
Pure Murder
Minerva Cuevas

Fig. 86-87. Latas de "Pure Murder"
Instalação
Minerva Cuevas

transformada nos confronta à morte, à violação dos direitos humanos e ao *apoio desconhecido* que como consumidores damos aos diferentes atores comerciais, dos quais ignoramos os usos dos seus capitais que acrescentamos permanentemente. Portanto, a artista pretende acordar o espírito político dos visitantes para que desse choque, aconteça uma mudança de postura na conscientização, uma possibilidade de enfrentamento individual ao produto e à empresa, que surja um boicote, uma ação negativa para Del Monte e uma ação direta e afirmativa desde o poder do consumidor advertido, poder que se libera na ação cidadã com a desobediência civil.

Na gráfica usada no mural, Cuevas se vale dos aspetos formais do logo para colocar nele duas caveiras (fig. 84), uma frente à outra, e respeitando a simetria do logosímbolo⁸⁹ e interferindo levemente a sua leitura, nos mostra uma *faceta oculta* (fantasmal?) da marca e suas práticas econômicas. Outras das alterações são de ordem ortotipográfico: não intervém a família tipográfica, mantendo os elementos formais de identidade da marca, mas altera o slogan da empresa de “Qualidade” para “Criminal”, e o logotipo “Del Monte” passa para “Del Montte” (fig. 85), procurando-se livrar de comprometer o desenvolvimento da obra com aspetos legais da marca, deixando-lhe ampla liberdade – um claro sentido estratégico –, e do mesmo modo jogando com o imaginário popular, como claro indicio desta prática ativista, descrita assim por Naomi Klein: “Kraft para krap, Tide para Jive, Ford para Fucked e Goodyear para Goodbear, são intercambiáveis com o kitsch corporativo de camisetas” (Klein, 2003: 325); mas esta prática em *Pure Murder* pode ter outro fundo: A marca aqui está sob o *poder da transformação* na que a artista a submete, não na transferência da cópia *original*, porém na interferência do *jamming*.

O elemento cromático e formal dos tomates reforça este mural macabro ao fazer um símile entre o purê de tomate e o sangue, produto da exploração laboral e a morte de ativistas e sindicalistas que se opuseram historicamente a Del Monte, e ao deslocamento forçado da população nesta guerra. E ainda incrementa esta idéia no trocadilho “Purê de tomate” por “Pure Murder”, incluindo a sigla CIA e a frase contestatária *100 yrs are enough!* (100 anos são suficientes!).

O conjunto de latas do produto intervindo (fig. 86-87) ressalta as potencialidades que a linguagem comercial usa para atrair nossa atenção, ao colocar a montagem como uma vitrine para a rua e separando a os passeantes das latas, mas exibindo-as *comercialmente*, e sendo o único produto da vitrine este se repete modular, indistinta e *insistentemente*.

---

⁸⁹ Logosímbolo é chamado a o elemento exclusivamente gráfico que compõe uma marca, que como um todo é chamada imagotipo. A expressão nominal-textual tipográfica se denomina logotipo.

Outra linguagem que Cuevas usa na sua obra é a infografia, explorando a linguagem institucional e transmitindo seu sentido para o público (fig. 88). Esta escusa permite um ataque direto a partir da visão esquemática dos sentidos contidos na obra, da mesma forma que um manual de identidade institucional, que sinala os conceitos e as suas relações de sentido por meio da sintagmática corporativa; relatando a história e os fatos deste conflito, aponta cada elemento que foi *apropriado/transformado* contra o gigante empresarial.

O ativismo de Minerva Cuevas age desde os espaços artísticos para o social; para ela o museu é uma ferramenta a usar para ampliar os discursos ativistas e políticos da arte, e em correspondência ampliar os discursos sociais silenciados pelos meios massivos, sobre o qual a artista diz na entrevista concedida a Hans Ulrich: “Penso sobre o projeto MVC em termos de ativismo social, mas eu estou usando médiuns e instituições do contexto artístico. Uma coisa é usar elementos de um contexto social específico para produzir uma obra de arte e outra para fazer um projeto útil em termos sociais” (CUEVAS, 2001)

3.2.2 Toywar- eToy.share

eToy

2000-2001

Tratava-se de uma espécie de comunismo revolucionário e libertário da era informática, com o que nem Marx nem Bakunin, que escreveram à luz de um lampião e com penas de ganso, puderam sequer sonhar. (GUBERN, 2000, p. 130).⁹⁰

O coletivo da arte digital eToy começou em 1994 ao redor de interesses ativistas misturados com imaginários do capitalismo contemporâneo e do branding. Tanto seu registro empresarial e estrutura interna, quanto seu trabalho artístico usa o âmbito comercial, e é nesse tipo de interatividade aonde o grupo vai se manifestar taticamente:

etoy.CORPORATION não vende isolados objetos de arte. Etoy vende, comércio e intercambia partes de si mesmo e sua marca: os etoy.SHARES representam a participação em Etoy e o valor cultural gerado pela Etoy. Todas as 640'000 etoy.SHARE-UNITS disponíveis no mercado internacional de arte equivalem a 100% do etoy.POWER representado pela etoy.CORPORATION empresa privada (registrada na cidade de Zug, Suíça / Registro de Comércio CH-170.3.029.244-0). (eToy)⁹¹

⁹⁰ Se trataba de una especie de comunismo revolucionario y libertario de la era informática, con el que ni Marx ni Bakunin, que escribieron a la luz de un quinqué y con plumas de oca, pudieron siquiera soñar. (Tradução nossa).

⁹¹ etoy.CORPORATION does not sell isolated art objects. etoy sells, trades and exchanges parts of itself and its brand: etoy.SHARES represent participation in etoy and cultural value generated by etoy. All 640'000 etoy.SHARE-UNITS available on the international art market equal 100% of the etoy.POWER represented by the privately held company etoy.CORPORATION (registered in the City of Zug, Switzerland / Register of Commerce CH-170.3.029.244-0). (tradução nossa)

Disponível em: < <http://www.etoy.com/fundamentals/etoy-share/>>. (Acessado em 15/06/12)

4) Efraín Ríos Montt

Ríos Montt is one of a series of dictators who ran Guatemala (1982 to 1983) after the UFCO-CIA military coup. He is a SOA (School of the Americas) graduate and presided one of the most brutal periods of the country's history. During his government 75,000 people "disappeared", 1.5 million were displaced and 19,843 were killed. 440 Mayan indigenous villages were "erased" from the map of the country. Montt ran for president of Guatemala in 2003.

1) Del Monte Fresh Produce Company

Major actor in the world's food system. Its vast plantations give it control over a large share of tropical fruit exports. Del Monte is one of the agribusiness corporations that have integrated the industrial and underdeveloped countries into an unfair global system of production and distribution that responds to the forces of monopoly capitalism rather than to people's needs. Del Monte has created agricultural enclaves and reinforces unjust land tenure systems that marginalize local population, exploiting seasonal labour and repressing unions helped by dictatorial governments and their paramilitary forces.

2) United Fruit Company (UFCO)

Symbol of U.S. imperialism. The United Fruit Company is notorious for having economically colonized Central America, using the support of the U.S. politically and militarily to ensure its taking of large profits in the region. United Fruit Company unlawfully and unfairly gained control of land and markets. In 1972 Del Monte bought the UFCO banana plantations. In 1975 United Brands became the new name for the notorious United Fruit banana monopoly. Now it's got another new name: Chiquita Brands International.

The massive arrival of economic interests of the USA can be considered the origin of the armed conflict that for more than 3 decades has confronted the indigenous population with the government and paramilitary forces in Guatemala.

3) CIA

Guatemala's President Jacobo Arbenz's expropriation of thousands of acres of UFCO landholdings triggered the U.S. government's 1954 coup against his progressive government. Secretary of State John Foster Dulles and his brother, CIA director Allen Dulles were both former UFCO attorneys (also shareholders in firms with heavy investments in UFCO) along with United Nations Ambassador Henry Cabot Lodge (stockholder of UFCO) President Eisenhower's personal secretary (wife of UFCO's public relations director) and Assistant Secretary of State John Moors (major UFCO stockholder) set the plan to stage the coup against Arbenz.

Del Monte Fresh Produce, Chiquita Bananas and Dole are criminal companies that have benefited from the CIA wars that have left the people of Central America (bloodied and impoverished). Their cooperation with U.S. military, police and various groups of paramilitaries has never ceased. In fact, their ties strengthened after the U.S.A. launched their "war against terrorism".

Fig. 88. Pure Murder
Infografía
Minerva Cuevas

O eToy ao fazer partícipe ao público mediante as etoy.Share-CERTIFICATES (fig. 89) transfere tanto uma peça com valor artístico, quanto um “espírito corporativo” com os valores de marca eToy, formando uma rede de apoio artístico e militante estendendo assim, a participação artística a todo aquele que adquira ou colabore nos seus trabalhos, recorrendo ao uso de recursos visuais trazidos da infografia, da indústria bélica, do mercado de valores e dos brinquedos. As situações geradas pelo grupo tendem a serem simulações das práticas da economia contemporânea, e no quadro ficcional partem de fatos reais para intensificar sua atividade, seja abrindo ou fechando seções da sua empresa e jogando com fatores do pânico econômico.

Para 1999 o grupo enfrentava um problema originado pelo parecido do domínio *etoys.com*, propriedade da empresa de brinquedos Etoys, e *eToy.com*, domínio propriedade do coletivo e adquirido anos antes, o que não evitou que um juiz do Tribunal Superior a favor de Etoys impedisse o uso do domínio ao coletivo com uma invisível violência: “(...) um movimento que não estava coberto pela liminar do tribunal. A partir de agora Etoy não só ficara sem site, mas não apenas acessível até via o mais simples e-mail. A existência do grupo na Internet simplesmente foi deletada”. (ARNS, 2002)⁹²

Em vista dos resultados jurídicos, RTmark em solidariedade⁹³ criou uma plataforma colaborativa para que artistas, coletivos, ativistas políticos, como qualquer pessoa usaram a *Toywar*, para realizar diversos ataques até “Destruir Etoys” (ARNS, 2002). O que seguiu foi uma série de ações ofensivas escalonadas e com certa autonomia, que deram como resultado a perda de valor das ações de Etoys em um 70% no índice Nasdaq, semanas após da execução da liminar (fig. 90), atividade à que se somaram entre outros *The Thing* e o *Electronic Disturbance Theater (EDT)* com uma versão atualizada da plataforma *Floodnet*⁹⁴ (fig. 91) e um script não-linear chamado *killertoy.html* que criava usuários virtuais (robôs) por meio de *cookies* que faziam compras virtuais, e no momento de pagar anulavam a compra começando um novo ciclo de compras que nunca fechava, saturando dessa forma o servidor; esta prática se estendeu com outros softwares que os usuários em diversas partes do mundo instalavam

92 (...) a move which was not covered by the court’s temporary injunction. From now on etoy was not only without website, but was not even reachable anymore via simple e-mail. The group’s Internet existence had simply been deleted. (Tradução nossa).

93 Na linguagem corporativa, esta relação entre os diferentes coletivos poderia se denominar co-branding, que é a união de interesses institucionais e objetivos por meio de alianças empresariais com a criação de outras marcas e corporações, que no caso em estudo seria a *Toywar* e a *eToyFund*.

RTmark neste apoio interinstitucional ofereceu hosting provisional para *etoys.com* trasladando o IP <http://146.228.204.72:8080> aos seus servidores. (BIRGIT, 2001)

94 Esta plataforma foi criada para apoiar a luta zapatista no México e denunciar internacionalmente o problema social em Chiapas.

Fig. 89. eToy.CERTIFICATED eToy. 2002

Fig. 90. Timeline anti-etoys RTMARK-eToys. 2000

Fig. 91. FloodNet (em apoio aos Zapatistas) EDT 1998

e executavam tanto para ataques táticos DoS (zombies) quanto *virtuals sit-in*⁹⁵ (ativos), de forma que se oferecem ferramentas e conhecimentos da ordem técnica para usuários amadores e novatos nas redes, que não tinham ou desconheciam essas possibilidades.

Estas novas práticas ativistas questionam as categorias artísticas e políticas, o que permite a experimentação nestes campos e na ação física e digital, como neste caso particular onde o problema do domínio é um problema de território que se abre através deste novo campo de batalha. Assim, emana outro tipo de confronto na territorialidade virtual, os monopólios dos IP's e as grandes empresas se tornam *atores do conflito*, e com ações virtuais que interferem os canais de comunicação institucional, as manifestações virtuais funcionam analogicamente às ações físicas originando situações que alcançam o mundo material:

FloodNet e Toywar têm mostrado que, segundo a Reinhold Grether, a Internet e o uso de uma "tática menor" ou "mídia tática" permite que, em alguns casos, a auto-organização de uma força contrária seja capaz de colocar um adversário altamente organizado em perigo (...). As fronteiras entre ativismo em rede e a guerra assistida por computador (a guerra de informação) já está borrada hoje. Como o Critical Art Ensemble escreveu em 1996: "O bloqueio [E]letrônico pode causar um bloqueio físico que o estresse financeiro não pode." De fato: Esta não é uma *guerra de brinquedo*. (ARNS, 2002)⁹⁶ (grifo nosso)

A possibilidade aberta no colaborativo permitiu que ataques táticos fossem formas de encontro e discussão, de debate e participação no jogo. Os "10 dias antes do natal" se converteu em um happening, em uma performance coletiva, os *virtual sit-in* e as DoS foram os caminhos elegidos para a ação⁹⁷. Os ataques e as visitas eram executadas seis vezes ao dia por um espaço de 15 minutos, os participantes assumiam *avatares* com as formas dos *Playmobil* (fig. 92) - inspirados em *Lego* e característicos da eToy -, e jogo cujo começo versava o seguinte: "Na sua equipe, milhares de jogadores. Seus oponentes: Etoys e seus acionistas -, enquanto calmos com suas ações. As apostas: expressão, arte e vida livre na internet" (ARNS, 2002)⁹⁸. A ação da Toywar retoma o conceito de escultura social de Beuys, quem reunia aparatos de comunicação e por meio da sua contemplação inferia sobre eles suas futuras funções,

95 O virtual sit-in ou *netstrike* é um piquete virtual, que a diferença do ataque DoS executado por um software de forma automática, requer da visita direta de múltiplos usuários ao site para obstaculizar a velocidade do serviço.

96 *FloodNet and Toywar* have shown that, according to Reinhold Grether, the Internet and the use of "minor" or "tactical media" allows, in some cases, the self organisation of a counter force which is able to put a highly organised adversary in distress. (...) The boundaries between net activism and computer aided warfare (information warfare) are being blurred already today. As the Critical Art Ensemble wrote in 1996: "[E]lectronic blockage can cause financial stress that physical blockage cannot." Indeed: This is not a toy war. (tradução nossa)

97 Além de usar sistemas tradicionais como a panfletagem e a intervenção em fóruns de acionistas e compradores, fazendo propaganda negativa contra Etoys.

98 "On your team, thousands of players. Your opponents: eToys and its shareholders — as long as they still own shares. The stakes: art, free expression and life on the Internet." (tradução nossa)

Toywar junta ferramentas para uma intervenção simbólica da sociedade, como órgãos de auto-articulação institucional para uma recarga energética virtual. (GRETHER, 2000).

O anterior planeja questões sobre como entre as novas formas de agir político, artístico e social, e as formas tradicionais, se evidenciam problemas de comunicação entre os diferentes atores, mas que estas plataformas permitem resolver. Hoje este legado ativista se desdobra nos protestos feitos por *Anonymous* com a *Operação Payback* (fig. 93) em solidariedade com Wikileaks, para cuja defesa os ativistas usaram o *LOIC* para ataques DoS a sites como VISA, Mastercard, Amazon, PayPal, sites governamentais e de organismos que cortaram os fundos de Wikileaks e perseguiram a Julian Assange; da forma similar que com a Toywar⁹⁹, Payback com mais de 100000 computadores infectados com *Botnet* e 44000 participantes voluntários (IDGnow, 2010) que atuaram por meio das redes sociais como Facebook, Twitter e via IRC's de forma colaborativa, usaram essas plataformas como fóruns de discussão política e difusão de ferramentas digitais como armas civis, o que nos deixa em um novo paradigma:

A ciberguerra começou. Não uma ciberguerra entre estados como se esperava, senão entre os estados e a sociedade civil internauta. Nunca mais os governos poderão estar seguros de manter aos seus cidadãos na ignorância de seus manejos. Porque, entretanto há pessoas dispostas a fazer leaks e uma internet povoada por wikis surgirão novas gerações de wikileaks. (Castells, 2010)¹⁰⁰

O CAE, de onde derivam o *EDT*, sustém que a melhor forma de conseguir mudanças políticas é no ataque frontal e direto: "A estratégia indireta, à da manipulação dos meios por meio de um espetáculo de desobediência destinado a conseguir a aprovação e o respaldo da opinião pública é uma proposta destinada ao fracasso" (ROE, 2006: pags. 272-273)¹⁰¹, mas com as novas intervenções políticas e artísticas se reduzem as diferenças entre o ativismo e o ciberativismo, e cada vez mais a tendência de misturar as duas práticas se torna não só evidente, mas necessária; dilema que já transitava nas discussões dos coletivos ativistas:

Aqui estão dois grupos motivados a cumprir com fins anti-autoritários similares, mas que não conseguem encontrar um ponto de intersecção. Enquanto os [hackers] vivem online, os [ativistas] vivem na rua, ambos estão inadvertidamente derrotados pela falta de comunicação da qual não são responsáveis. O cisma entre o conhecimento e habilidade técnica tem que terminar, para eliminar os preconceitos detidos por cada lado (intolerância

99 Toywar teve uma participação de 1798 pessoas entre novembro de 1999 e fevereiro de 2000. (TRIBE, 2006, p. 42)

100 La ciberguerra ha empezado. No una ciberguerra entre estados como se esperaba, sino entre los estados y la sociedad civil internauta. Nunca más los gobiernos podrán estar seguros de mantener a sus ciudadanos en la ignorancia de sus manejos. Porque mientras haya personas dispuestas a hacer leaks y un internet poblado por wikis surgirán nuevas generaciones de wikileaks. (tradução nossa)

101 La estrategia indirecta, la de la manipulación de los medios a través de un espectáculo de desobediencia destinado a conseguir la aprobación y el respaldo de la opinión pública es una propuesta destinada al fracaso. (tradução nossa)

← Fig. 92. Playmobil de eToy.
eToy-Toywar
1999.

↓ Fig. 93. Divulgação da operação
Payback com ordens de ataque.
Anonymous.
2010

Operation: Payback

[irc://irc.anonops.net/operationpayback](http://irc.anonops.net/operationpayback) est. 2010

Target: <https://www.paypal.com/>

When: In a few hours.

We will fire at anyone or anything that tries to censor
WikiLeaks, including multi-Billion dollar companies such as
PayPal.

Twitter you're next for censoring #Wikileaks discussion.

The major shitstorm has begun.

Set your LOIC HIVE server to
loic.anonops.net, channel #loic

Get on our IRC network!
irc://irc.anonops.net/OperationPayback

<http://www.anonops.net/>

hacker para o prejudicado tecnologicamente, e intolerância ativista para aqueles que não são politicamente corretos). (CAE apud. ARNS, 2002)

Para eToy o desenvolvimento da ação de Toywar redefiniu a estrutura de participação e para evitar esses “abismos” entre diferentes tipos de agir e ideologia, elimina a individualidade e a dissolve na participação coletiva, o que evita a interferência de interesses pessoais, e permite abranger causas e posturas que tem mais coisas em comum que diferenças propriamente ditas; também ao atacar a individualidade vigoriza a idéia da construção do sujeito-cidadão em comunidade:

(...) com este movimento Etoy deu um passo adiante: a partir da dissolução da individualidade dos artistas (etoy.AGENTS uniformizados) Etoy agora totalmente transformado em uma comunidade-empresa que nega totalmente a identidade individual do artista envolvendo centenas de pessoas: o investidor é o designer é o codificador é o advogado é Etoy. (eToy)¹⁰²

---

102 with this move etoy went one step further: from the dissolution of the artists individuality (uniformed etoy.AGENTS) etoy now totally transformed into a community-corporation that totally denies the individual artist identity by involving hundreds of people: the investor is the designer is the coder is the lawyer is etoy. (tradução nossa) Veja-se: < <http://history.eto.com:9673/history/stories/entries/49/>> Acessado em: 06/02/12.

Capítulo IV

Poéticas para um capitalismo emocional.

As propostas aqui apresentadas são os resultados poéticos que surgem como complemento aos análises teóricos da pesquisa em questão. Para determinar as características dos trabalhos, tomam-se como eixos que agrupam esses interesses os mesmos com os que se abordaram os diferentes artistas e suas obras/tarefas.

4.1 Deferir.

Eixo que abrange o uso de tecnologias para a conversão de dados em visualizações, com as quais reflexionar sobre a interação na informação e visibilizar os processos de comunicação no espetáculo.

4.1.1 Animi. Diários anímicos.

(www.animi.info)

Aqui, a obra parte de referentes diretos às redes sociais, mas segue o trabalho de Hugh Welch Diamond e de Paul Ekman como característico da proposta.

Criar-se um site no qual os usuários farão um *seguimento* diário dos seus estados anímicos fotograficamente. Cada dia tomará uma foto do seu rosto e poderá realizar anotações e comentários do seu estado. Esta foto se analisará para esquematizá-la e criar um diagrama do animo do momento. O usuário poderá fazer um comparativo ao longo do tempo dos diferentes estados anímicos que teve, somatória das fotografias e dos esquemas, quanto compartilhar a informação para analisá-la entre os usuários do site e tirar estatísticas globais.

As relações na proposta ilustram tanto o uso das técnicas de reconhecimento biométrico e recopilção de dados nas redes sociais, quanto à concepção de “ser-estar feliz” como uma imposição do sistema para modular as relações sociais e os registros dela. Mas oferece uma possibilidade de avaliar os estados anímicos da sociedade compartilhando seus sentires e emoções.

Este trabalho parte de observar o fenômeno das redes sociais e o tipo de troca emocional que se realiza. A aparente gratuidade da maioria dos serviços, além de ser paga pela publicidade e o comércio online, se bifurca em outros tipos de ganância por parte dos prestadores do serviço: comercializa com o indivíduo digital, com a identidade construída por cada

usuário para se representar e expondo ela no mercado global como produto, e consegue através da interação incrementar o valor das marcas, isto determinado pelas seleções feitas emocionalmente pelos usuários na sua navegação, quanto tornar a um usuário uma “marca”, como parte de uma sensação já socializada e que se converte em uma circunstancia cultural:

A consultora Future Brand realizou uma pesquisa em grande parte de Europa e concluiu que muitos jovens pensavam em si mesmos como marcas (*El País*, 9 de junho de 2002) y, paralelamente, uma das sessões em Davos em 2004 se intitulou “Eu, S.A”, associando a boa realização pessoal a uma gestão eficiente para produzir, finalmente, um “eu” que desfrutará da consideração, o atrativo e o amor de uma boa marca. (VERDÚ, 2005, p. 111-112).¹⁰³

Como se descreveu em capítulos anteriores, o individuo emancipado no objeto forma uma bolha que o define, uma esfera que torna coerente o mundo, que faz *consenso* para ele, e de passo o personaliza, o torna ele, *até sem ele*. Assim, nesta interação entre esse ambiente e nossa percepção se fabrica o elemento emocional como dado, o vínculo que direciona o fluxo a determinado item, a certo momento que o dissolve no espetáculo que o especula. As redes sociais como a mesma interação humana na realidade tem muito de emocional, mas a potencia das redes radica em como a intensifica na variedade e na novidade, desse modo se mistura com nossas sensações cotidianas, já que capturadas são molduradas nos nossos diários sociais: o trabalho permanente de ocupar-nos da simulação de nossa identidade:

E o que leva “a essa atividade desorganizada”? “É o *horror vacui*.” “Seu trabalho acostumou-o tão definitivamente a *ser* ocupado, ou seja, a ser dependente, que, quando o trabalho acaba, não consegue estar à altura da tarefa de ocupar a si próprio.” E assim. (TÜRCKE, 2010: pag. 43)¹⁰⁴

A proposta do site é um trabalho em constante processo que tentar definir vetores emocionais, e por meio de uma interação destinada a trocar informações com outros participantes, estas tem como viés entretecer os estados anímicos a situações do cotidiano (palavras-chave, notícias, música, clima, geolocalização, etc). De forma que o resultado do cruzamento de informação gerará infografias tanto pessoais (o estado anímico individual) como locais e globais (o estado anímico geral). Planeja-se que o participante possa personalizar a informação o máximo possível, mas permitindo que seja entretecida com a informação da base de dados dos outros usuários.

103 La consultora Future Brand realizó una investigación en gran parte de Europa y concluyo que muchos jóvenes pensaban en sí mismos como marcas (*El País*, 9 de junio de 2002) y, paralelamente, una de las sesiones de Davos en 2004 se tituló “Yo, S.A”, asociando la buena realización personal a una gestión eficiente para producir, al cabo, un “yo” que disfrutara de la consideración, el atractivo y el amor de una buena marca. (Tradução nossa)

104 Veja-se o caso da mulher chinesa que se suicidou ao vivo no Facebook. < <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/c0c8c404194df61831d445d8185ee2ce> > Acessado em 20/04/12.

O resultado esperado é por uma parte visibilizar como na interação o usuário se torna consciente do papel da sua participação nas redes sociais, e poder usar o site como instrumento para proporcionar informação que ajude a nos compreender por meio dos sentimentos e nosso entorno¹⁰⁵.

4.1.1.2 Imagens do projeto.

↑ Fig. 94. Exemplo inicial.

← ↗ Fig. 95a-b-c. Esboços de imagotipo para o site animi.info

¹⁰⁵ Percebe-se um desdobramento terapêutico (provavelmente da referencia de Diamond), o que nos leva a terrenos da arte-terapia.

↩ ↪ ↔ Fig. 95d-e-f. Esboços de
imagotipo para o site animi.info

⚡ Fig. 96. Imagotipo selecionado.

↑ Fig. 97. Esboço do site animi.info – Vinculo Bio.

↓ Fig. 98. Esboço do site animi.info – Vinculo Diário.

4.2 Interferir/inferir.

Este eixo abrange projetos que trabalham sobre a interpelação político-emotiva do público e a exposição da identidade na informação e nas mídias. Procura-se com aquilo questionar ao público sobre as realidades sociais e os usos da informação dados pelas ideologias institucionais e o branding.

4.2.1 fotogenias persecutórias.

(www.kippel.org/fotogenias/index.html)

A obra faz parte de uma reflexão sobre os acontecimentos apresentados na USP nos últimos meses, com a tensão gerada pela presença da PM no campus. A imagem midiática dos estudantes encapuzados na ocupação da Reitoria, e os relatórios apresentados nas Assembléias Estudantis e na ALESP¹⁰⁶ sobre a vigilância da reitoria à comunidade universitária, sinalam uma tensão entre os aspetos tais como identidade, segurança e livre expressão, e os recursos em vigilância que a estrutura de poder põe ao serviço do controle. Ao fazer um mapeamento das câmeras de vigilância da universidade, registram-se em foto e vídeo a imagem que é capturada desde a posição aproximada na que a câmara de segurança está gravando, por meio de um balão de hélio com uma câmara wi-fi, para assim realizar um posterior levantamento topográfico e visibilizar as paisagens “seguras” do campus, fazendo comensurável a vigilância, mas procurando as interseções de intimidade e de desaparecimento, dos ambientes de *silencio*. Assim, este trabalho oferecera a oportunidade de ser integrado por outros participantes e de desdobrar-se em outras práticas.

Com este trabalho se pretende divulgar uma imagem que embora pública, se torna privada, inacessível, uma paisagem da emancipação do poder, mas transferida de volta ao público, liberada; as paisagens não captadas são espaços não ligados ainda ao discurso da presença permanente do poder, não *percebidos*: “O que mude nossa forma de ver as ruas é mais importante que o que mude nossa forma de ver a pintura” (DEBORD, 1957).¹⁰⁷

4.2.1.1 Os pretextos.

A presença ostensiva da PM após do lamentável assassinato de Felipe Ramos, estudante da FEA, o 18 de maio de 2011¹⁰⁸, se concretizou em um convenio com a USP assinado o oito de

¹⁰⁶ Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

¹⁰⁷ “Lo que cambie nuestra manera de ver las calles es más importante que lo que cambie nuestra manera de ver la pintura” (Tradução nossa)

¹⁰⁸ Veja-se. <<http://oglobo.globo.com/pais/estudante-morre-baleado-dentro-da-usp-2768212>> Acessado em 25/04/12.

setembro do mesmo ano¹⁰⁹. Desde o dia da morte do estudante, se instaurou um “clima” de insegurança e medo que visibilizou por uma parte deficiências na estrutura de segurança da USP e na Guarda Universitária, mas por outra parte fez evidente uma série de mudanças políticas que alteram as estruturas de poder da USP, e a interação entre comunidade acadêmica e a sua burocracia administrativa. Na ocupação da Reitoria em 2011, se fizeram públicos a existência de uma “sala de crise” e de uma rede de espionagem do movimento estudantil e sindical na USP¹¹⁰. Além, nos subseqüentes meses e com as reintegrações da Reitoria e da Moradia no bloco G do CRUSP¹¹¹, procedimentos em contra de manifestações culturais ativistas e coletivos¹¹², e diversas ações da PM no campus em um desdobramento de forças excessivo, as mudanças de poder na Universidade se ratificaram ao nomear três ex-coronéis da PM como Superintendentes de Segurança (SEG) – novo órgão de segurança centralizado na Reitoria¹¹³–. A insistência por parte da comunidade estudantil para incrementar a segurança da Universidade, recebe como resposta planos de dissuasão primitivos (fig. 99)¹¹⁴, duas licitações falidas para melhorar a iluminação do Campus¹¹⁵, um plano de vigilância que conta com cancelas nos acessos, e holofotes guiados nos estacionamentos¹¹⁶ (fig. 100)¹¹⁷ –, e a anexação da PM na estrutura da USP, a pesar de ser uma instituição bastante criticada por entidades como a ONU¹¹⁸ e por investigações da Polícia Civil¹¹⁹, ainda assim, a USP excepcionalmente se converte por decisão própria na única universidade do mundo com presença militar permanente no campus, e que em outros países embora fossem feitas petições com este viés para instituições universitárias, estas foram rejeitadas.¹²⁰

109 Convênio GSSP/ATP-200/11 processo GS 672/11.

110 Veja-se: <<http://revistaforum.com.br/blogdorovai/2012/01/25/arapongagem-na-usp-victoria-benevides-isso-so-acontece-em-estado-de-excecao/>> Acessado em 25/04/12.

111 Nesta última, a COSEAS – atual SAS –, instalou câmeras de segurança para vigiar aos estudantes que moravam na ocupação do bloco G, aumentando o grau de tensão entre Reitoria e estudantes.

112 Como no caso do NCN (Núcleo de Consciência Negra), radio Várzea, e artistas do coletivo Tanqu_ Rosa (Choq).

113 Antes a Guarda Universitária estava ligada à Coordenadoria do Campus (agora Prefeitura).

114 Veja-se <<http://noticias.r7.com/videos/usp-usa-bonecos-para-fazer-a-seguranca-dos-alunos/idmedia/4e241cc93d14613cbb07d3f4.html>> Acessado em 25/07/12.

115 Veja-se <<http://ultimosegundo.ig.com.br/educacao/2012-07-11/edital-da-usp-para-sistema-de-iluminacao-e-suspenso-pela-2-vez.html>> Acessado em 28/07/2012.

116 Cita-se aqui novamente a obra de Marie Sester “Access”, e a obra de Christian Möller “Mojo” de 2007. (Fig. 103)

117 Os holofotes estariam em torres de 4 m e com 360° de visão, com um sistema de som para se comunicar com os passeantes, lembra a arquitetura de controle das prisões e do panoptikon. Veja-se <<http://www.usp.br/imprensa/?p=21586>> Acessado o 27/07/12.

118 Veja-se <<http://noticias.terra.com.br/brasil/noticias/0,,OI5803407-EI5030,00-Paises+da+ONU+recomenda+m+fim+da+Policia+Militar+no+Brasil.html>> Acessado em 04/08/12.

119 Veja-se <http://cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=19861> Acessado em 06/08/12.

120 Veja-se <<http://www.rcnradio.com/noticias/editor/rectores-rechazan-propuesta-sobre-145379>> Acessado em 05/08/12.

PLATAFORMA DE VIGILÂNCIA

Ficarão nas entradas da universidade e no centro dos bolsões de estacionamento

INFOGRÁFICO

Fig. 99. Nota sobre bonecos de segurança na USP
Fotograma
Jornal R7.

Fig. 100. Infografia dos holofotes Plano de Segurança da USP.
Jornal O Estado de S.Paulo, 04/06/2012

Fig. 101-102. Culture Jamming das infografias
Anônimo

Fig. 103. Mojo Instalação interativa
Christian Möller

O medo e a sensação de insegurança são acolhidos pela Reitoria da USP para serem resolvidos por meio de uma visão tecnocrática, como foi enunciado anteriormente, e se baseando em *diferenciações* que refletem um profundo temor da Administração que ao deslocar fatos e atores sociais para dar forma à causa do problema de segurança, incorre em uma caracterização¹²¹ que nada tem que ver com a causa do convênio, e faz o contrario, intensifica esse medo e o estereotipa¹²², convertendo-o em um problema de identidade, ao isolar sujeitos para *individualizá-los*, e territorial e de *propriedade*, para o qual se precisa de um controle espacial e de *exceção*, o que é plausível na entrevista para radio Bandeirantes concedida pelo reitor João Grandino Rodas, onde manifesta o seguinte: “peço que a sociedade verifique, mande ver, porque realmente nós estamos fazendo da Universidade de São Paulo os morros do Rio de Janeiro, guetos, e com o tempo, ficarão absolutamente impraticáveis, se é que já não estão”. (2010)¹²³.

Criou-se um ambiente na USP, se tem criado um espetáculo *dela nela*.

Dentro do sistema de segurança se pensa melhorar a rede de câmeras do campus, sendo dita rede uma forma de controle não só territorial – por extensão e onipresença perceptiva – e de controle de fluxos – movimentação e vetorização da presença –, quanto de propriedade e instituição – definição dos limites de controle do seu espaço –, o qual junto a mudanças da mobilidade ao interior da USP¹²⁴ predefinem as formas de movimentação em configurações estipuladas, e afastam a outros setores da sociedade de usufruir o espaço público da Universidade, o que enfatiza a opinião de Raquel Rolnik sobre o modelo urbanístico da USP:

“O modelo urbanístico do campus, segregado, unifuncional, com densidade de ocupação baixíssima e com mobilidade baseada no automóvel é o mais inseguro dos modelos urbanísticos, porque tem enormes espaços vazios, sem circulação de pessoas, mal iluminados e abandonados durante várias horas do dia e da noite. Esse modelo, como o de muitos outros campi do Brasil, foi desenhado na época da ditadura militar e até hoje não foi devidamente debatido e superado. É evidente, portanto, que a questão da segurança tem muito a ver com a equação urbanística.” (2011)

A sociedade contemporânea tem aceitado com uma animosidade proveniente de uma profunda incerteza a entrada do monitoramento nos espaços públicos, na qual a produção de imagens fica afastada do olhar social, é dizer, o que é olhado por nós na coexistência com

121 O que acontece com os processos atuais contra estudantes, trabalhadores e estudantes da USP.

122 A multidão, massa compacta, local de intercâmbios múltiplos, individualidades que se fundem, efeito coletivo, se anula em benefício de uma coleção de individualidades separadas. Desde o ponto de vista do guardião esta substituída por uma multiplicidade numerável e controlada; desde o ponto de vista dos detidos, por uma solidão sequestrada e observada (Foucault, 2002, p. 204) (Tradução nossa)

123 Veja-se: Entrevista a reitor da USP. Radio Bandeirantes. 8/05/10 São Paulo. <<http://www.usp.br/imprensa/?p=450>>

124 Veja-se <<http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2012/03/busp-beneficio-ou-privilegio/>> Acessado o 01/07/12.

instrumentos específicos de captura de realidade e de segurança, deixa de pertencer a nossa percepção e passa a ser propriedade do olhar da vigilância, se torna uma imagem *em suspensão*, que só será revelada como imagem incriminatória, um espaço que servira de modelo para localizar “algo” em um tempo determinado. Mas seguindo a opinião de Koolhaas ao respeito do projeto arquitetônico e como nele o sujeito passa a ser um elemento de distração – citado em capítulos anteriores –, no espaço configurado na vigilância o sujeito passa a ser propriedade, ou do contrário passa a ser um objeto incerto, suspeito e fora de lugar.

Mas da mesma forma, a percepção onipresente e permanente da instituição produz uma imagem *fora de controle*, que se comporta caoticamente ao tentar ser percebida pelo caudal de imagens no que a realidade constante se *re-presenta*. Em termos de segurança se age na *prevenção*, o que reduz a todo sujeito como suspeito, para assim, *antecipar-se* na espera de um agir ou em uma cilada, ou age na *postergação*, no análise criminal ou jurídico, *a posteriori* ao fato, onde a segurança em uma forma de assistência remota age na imagem, não na realidade¹²⁵. O Superintendente de Segurança da USP, Luiz de Castro Júnior, opina frente à questão do monitoramento das câmeras:

Para dizer a verdade, hoje em dia elas não têm o monitoramento que deveriam ter. Porque se ninguém estiver olhando, como que eu vou dar tempo-resposta? Além disso, às vezes um circuito não fala com outro, em questão de software ou coisas do tipo, então estamos analisando isso. (2012)¹²⁶

Isto deixa evidente que este tipo de informação, dada sua quantidade, seja incapaz de somar elementos para conseguir um nível de segurança “normal”¹²⁷, inclinando não só nossa crença *cega* na funcionalidade do sistema de segurança e sua característica persuasiva – de *tacitíflu* observador –, mas normatizando, sistematizando o controle como *dimensão*, e transferindo *convencionalmente* soluções que se instalam nas políticas públicas homogêneas de segurança e no seu trato para com a sociedade, uma standardização:

125 Veja-se <<http://rt.com/usa/news/stratfor-trapwire-abraxas-wikileaks-313/>> 10/08/12. Acessado o 11/08/12. Notícia de como Trapwire, um software de reconhecimento facial está instalado em redes de câmeras de vigilância em diferentes países do mundo, como parte da guerra contra o terrorismo, sob o comando dos Estados Unidos. Esta informação foi esvaziada de Stratford por Anonymous e entregue a Wikileaks.

126 Veja-se <<http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2012/06/a-usp-nao-vai-se-militarizar-diz-superintendente-de-seguranca/>> Acessado em 04/08/12. Em opinião de Ford: “Os sistemas inteligentes - que rastreiam por si mesmos indivíduos ‘suspeitos’ - constroem perfis, tipificações, (muitas vezes hiper-simplificadas), reduções algorítmicas, digitalizações, ‘data-imagens’ das pessoas, que assim, podem resultar excluídas de algum benefício (ou seja, condenadas sem juízo prévio) por possuir determinadas características “típicas” (como, por exemplo, os sinalados como possíveis morosos por um software de scoring bancário) pelo tanto, todavia, por um lado, a “data-vigilância” facilita o acesso a bens, serviços e espaços também geram novas formas de discriminação e diferenciação social. (1999, p. 176) (Tradução nossa)

127 Si dele se pudesse diferir que o nível de segurança estivesse em níveis insustentáveis. O que fica citado, mas não esclarecido na matéria do Jornal do Campus < <http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2011/11/dados-da-pm-sobre-queda-na-criminalidade-sao-inconclusivos/>> Acessado em 04/08/12.

O controle é, portanto, uma dimensão original da cidade, que encontra agora, em suas metrópoles trajetoriais, nas telecidades pós-modernas, suas formas mais requintadas e autoritárias de programação. A fronteira definitiva do controle metropolitano, da guerra pura, é sua informação & automação, seu transformar-se progressivamente em *perceptron*. (BLISSETT, 2001, p. 190)

A intenção da USP é fazer que esses dados sejam comensuráveis e interiorizados como propriedades perceptivas da instituição.

A intenção da obra é fazer que esses dados sejam conjecturáveis e exteriorizados como propriedade sensível da Universidade.

A obra se foi desdobrando e complexando nos usos da tecnologia de segurança, da captura de imagem e de técnicas usadas recentemente para criar outras redes de difusão midiática no ativismo político¹²⁸ (fig. 104), partindo de idéias que surgiram na publicidade, nas técnicas de vigilância aérea (fig. 105) e em protótipos caseiros DIY (fig.106-107).

O que em uma primeira instancia era uma captura de imagem que simulava a posição de captura da câmera, agora vai simular a câmera em si, colocando um balão de hélio com uma câmera wi-fi de cabeça móvel na frente da câmera de segurança para tirar uma fotografia e gravar 30 segundos da imagem nessa posição, sendo transmitida online, capturada e controlada desde um notebook; todo o sistema é alimentado por uma bateria permitindo sua mobilidade para fazer o percurso das vias principais da universidade, para o qual tomarei como base os trajetos do circular da SPTrans (fig. 108), mas se começara com uma performance na Praça do Relógio (coração da Universidade) , e cada ponto será (geo)localizado para ser publicado em Google Earth, Googlemaps, e outras redes de compartilhamento de mapeamento como GPSed.

A intenção psicogeográfica é que ao construir um trajeto por meio dos nodos da rede de câmeras da USP, se visibilize a imagem de segurança na geografia do campus, e por meio do ato performativo convidar à comunidade universitária a ser participe em uma primeira etapa de forma contemplativa das imagens inacessíveis de nosso entorno cotidiano, mas que ao completar a montagem dos vídeos e fotos, os participantes em uma segunda etapa usem o material para recomponem com os fragmentos as áreas “seguras” da USP, criando uma própria rede de visualização, disponível e aberta, pública.

---

128 Veja-se <<http://www.aporrea.org/internacionales/n195300.html>> Acessado em 02/08/12.

← Fig. 104. Gravação de protesto em Moscou.
Empresa Airpano.
2011

↙ Fig. 105. Argus I.
UAV (Unameed Aerial Vehicle) -
Word Surveillance Group INC
2011

↓ Fig. 106-107. Protótipo caseiro de gravação na altura.
Tom Guilmette.
2010.

↘ Fig. 108. Mapas dos Circulares USP
SPTrans.
2012.

Assim, os participantes podem se perceber como *habitantes* desses espaços, desde uma óptica que permita entender a dinâmica das imagens de segurança de forma emotiva e daquele confronto surja uma postura política frente ao conceito de segurança, sua relação com a política universitária e com a tecnologia, e dessa forma, promover uma discussão sobre os acontecimentos na USP dos últimos meses.¹²⁹

Daqui também aparece outra imagem da Universidade, aquela que esta fora da área de captura, onde cessa a função da rede de câmeras, e que fora do domínio dela, este território não se transmite, mas se vivencia na experiência nos locais que transitamos, mas desconhecemos.

4.2.1.2 Imagens do projeto.

Fig. 109. Esboço do projeto.

129 Origina-se uma possível solução para a observação do fluxo contínuo das imagens de segurança por parte da comunidade universitária, se formos espectadores de dita informação passaríamos a participar de uma nova forma de usar esta tecnologia de forma aberta e integrar a comunidade no programa de segurança, aproveitando uma quebra no modo de operação desta tecnologia, talvez algo inevitável como produto da relação do sujeito com a tecnologia: "Mas imagine o que vai acontecer quando houver 500,000 ou até 5 milhões de câmeras ao vivo em todo o mundo e bilhões de "internetters" capazes de observar essas câmeras via computador em casa. Em seguida, haverá um CRASH VISUAL dos gostos como nunca vimos. A partir deste ponto, a chamada "tele-visão" vai se entregar à televigilância geral do mundo, e as muito discutidas bolhas virtuais dos mercados financeiros serão substituídas por bolhas visuais no imaginário coletivo. O resultado será o risco previsto por nada menos que Albert Einstein em 1950, a explosão de uma bomba informacional." (VIRILIO, et al, 2002, p. 111) (Tradução nossa).

FOTOGENIASpersecutórias

↑ Fig. 110. Imagotipo da obra

← Fig. 111. Logosimbolo da obra.

↓ Fig. 112. Prototipo I. Vigilante.
1,50 m de diâmetro

Fig. 113. Estrutura Prototipo II. Beobachter. 2,50 m. de diametro

Fig. 114. Modelo Beobachter

↖ Fig. 115. Prototipo Carretel para o fio de 50 m.

↗ Fig. 116. Mecanismo interno do carretel

← Teste de estação e Beobachter.

↖ Fig. 117. Detalhe câmera IP no balão.

↙ Fig. 118. Detalhe estação

→ Fig. 119. Estação e Beobachter

↖ Fig. 117. Provas.

↙ Fig. 118. Carrega de hélio

→ Fig. 119. Beobachter na praça do Relógio
(pag. seguinte)

4.3 Working Bank.

Aqui se apresentam obras que foram conceituadas no processo do mestrado, mas por circunstâncias técnicas e de custos foram postergadas. Dessas obras se distinguem elementos que foram utilizados para resolver questões técnicas e de conceito nas obras realizadas, pelo qual são colocadas neste contexto.

4.3.1 No espectro.

O trabalho é um muro branco onde se acham anexados falantes que cobrem toda sua área. Ao passar o participante ativa o som, o qual é produto da captura do espectro eletromagnético dos diferentes meios que o rodeiam. O corpo ao movimentar-se faz um barrido do espectro subindo o descendo na escala eletromagnética, segundo a posição do espectador para assim suscitar no público a questão do caráter privativo do espectro por parte dos atores corporativos-institucionais, quanto ver ao indivíduo como ser rodeado por uma invisibilidade espacial da qual só tem participação como *usuário*, só como objeto que atrai ela, não como o *produtor*.

4.3.2. Psique-mapping

Nesta obra o ponto de reflexão é a manifestação dos objetos como materializadores dos desejos internos do participante. A idéia é que o participante preencha um formulário com seu nome e solicite algum desejo, o sistema imprimirá um código QR para que seja colado em uma parte visível do corpo. Ao entrar ao espaço um dirigível pequeno que tem uma câmera e um mini data show adaptados, ao perceber o QR do participante procurará o *desejo* no Google, mapeando o corpo dele com projeções das imagens encontradas.

Desta forma o corpo do participante usado como tela se ligará ao imaginário imagético da comunicação que *visualizará* o imaginário pessoal.

↖ Fig 120-121. Esquema do projeto. no espectro.

↙ Fig 122. Esquema do projeto Psique-mapping.

Conclusões.

Quanto do que é afirmado sobre Verdadeiro pode ser aplicado com igual facilidade para o Belo, Justo, Racional, Arte, e assim por diante?
(BLISSETT, 2001, p. 107)

Os processos de produção imagética na nossa época passam por uma alta normatização imposta pelo branding. Essa imposição se reflete além dos elementos estéticos, na sua configuração e programação atrelada ao econômico que capta o imaterial da nossa interação com as imagens transformando-a em informação, e assim, materializada, age com ela como ideologia e finalmente como produtora de capital.

Nos diversos exemplos apresentados neste trabalho é evidente que para conseguir isso, as estruturas do poder correlacionaram múltiplos acontecimentos tecnológicos, econômicos e sociais articulando-os com a indústria imagética, para instalar uma “realidade”, com o fim de controlar os fluxos que definem a vida, que a transformam em trajetos determinados, e com aquilo afastam o uso das interfaces como ferramentas de expressão social gerando bolhas de *ego-expressão*, o que representa uma constante tensão entre a possibilidade de vincular nossa realidade com a realidade social e a redução de fundir nossa realidade com a econômica, como a única realidade possível:

Ao fim da utopia socialista correspondeu o fim da tríade liberdade-igualdade-fraternidade que embasava política e ideologicamente a sociedade capitalista, tornando a integração na vida econômica e a ascensão social cada vez mais problemáticas. O progresso tecnocientífico que no entender de Buckminster Fuller permitiria a definitiva superação do “ou eu ou você” pelo “eu e você”. (SANTOS, 2003, p. 126)

Assim, a pesquisa realizada propõe que essa articulação das interfaces na redução da vida ao econômico – ao espetáculo –, pode ser usada para mudar dita articulação. A arte ao “chocar” com a tecnologia acha elementos políticos nas vanguardas artísticas como ponto de partida, para compreender a ingerência do intercâmbio econômico no social e se propor como arma política contra o *status quo*, ao fazer visível o grau com que a tecnologia e a imagética alteraram nossa percepção.

Por isso, o emocional se torna uma questão central do papel do sistema e do artista, onde ambos partem do sensorio do espectador como o formato a trabalhar e os outros elementos constitutivos da obra são simplesmente a escusa, o *modo*, a *articulação em si*. Entretanto o sistema fabrica o espetáculo como constituição coerente do discurso comercial contem-

porâneo, o artista transforma o espetáculo em *situação*, tentando fazer do imaginário com que a publicidade alimenta as mídias um imaginário de construção compartilhada:

Sem dúvida, trata-se, por um lado, tão somente da velha pressão concorrencial capitalista, mas em que forma modificada! Através da desregulamentação em âmbito mundial, ela adquiriu um novo grau de intensidade, ao mesmo tempo multiplica-se, por meio do explosivo desenvolvimento de novas mídias, e traduzindo-se em uma pressão comunicativa e sensorial, sob a qual se encontram os aparatos midiáticos não menos do que o sistema nervoso de aqueles que a ele estão conectados. (TÜRCKE, 2010, p. 33)

Aparece a rede como metáfora para a descrição dos fluxos e das concentrações, ela se torna o mapa geopolítico no que se descreve as ambivalências e contradições sociais, por meio dos intercâmbios cada vez mais *pessoais*, mais *imagéticos*, carregando um forte vínculo entre o sujeito e *seu* ambiente para assim “produzir” o seu próprio espetáculo, paralelamente diferencia as camadas sociais de forma contrastante com os vazios que fazem visíveis o trajeto e o periférico como resultado da infiltração econômica; assim o branding estende essa rede ao nosso interior, tornando-nos terminais de informação, nodos do circuito, pontos de exploração comercial onde se extraem dados para manter o permanente fluxo de sentido e de valor, que baseado no íntimo adquire esse valor no trânsito, na sobre-exposição pública e seu número de *hubs*:

Também tem sido muito discutido que a experiência urbana é cada vez mais mediada por meio de lentes e telas, para que sejam invisíveis os processos de transformação da cidade. (...) Mas no momento da captura da mirada do espectador se projeta a cidade como um lugar de passo ou como sistema de totalização dos significados e das relações. (GALLOWAY; WARD, 2005, p. 5)

Dessa forma as cidades ao ser os grandes pontos de concentração humana, com tendência a absorver toda movimentação para os seus centros de produção econômica e imagética, converteram em sinônimo de cultura o ser urbano, é dizer, o cidadão, que a sua vez na interação comercial vira *usuário-indivíduo-consumidor*. A arte resgata na interação ao indivíduo como ator social que pode intervir sua realidade e a de outros usando-la, e melhor ainda, igualando a arte com a vida através de posturas psico-geográficas e de redefinições territoriais como forma de responder à coisificação constante determinada pelas regras da homogeneidade cotidiana.

A arte neste sentido se torna em uma forma política, tanto de ação quanto de ideologia. Isto fica claro nas posturas de diferentes artistas e coletivos ao retomar a postura situacionista para definir-se e enquadrar suas atividades, e como reflexo da interação com a tecnologia e

a economia política, o que permite compreender muito mais o fenômeno da *semiurgia* e sua ação sobre a percepção, e o mais importante, a relação e função da arte com a vida:

Heidegger e Benjamin compartilham então, através das noções de golpe e choque, a ideia de que a obra de arte tem por função precipitar o homem moderno nesse estado de insegurança fundamental e fazê-lo perceber que sua angústia se deve ao deslocamento experimentado em relação a qualquer mundo – não só em relação ao mundo exposto pela obra de arte, mas também em relação ao próprio mundo. (SANTOS, 2003: pag. 167)

A procura que fazem estes artistas e coletivos se expande na intenção de transtornar o capitalismo e suas bases políticas e ideológicas usando sua mesma infra-estrutura, sendo uma forma de ocupar seu repertório corporativo e comunicacional para retomar o mundo e seus espaços que, privados do social, se concentram no *especular* das linguagens publicitárias e institucionais. Assim, a arte chamada na ação política reivindica a reocupação dos espaços públicos – sejam estes físicos ou virtuais – como tática para confirmar na irrupção do cotidiano a experiência social, que, como força transformadora serve de vínculo entre sociedade e exercício político, é dizer, o político como interação entre os sujeitos e a sua realidade; portanto a arte se torna ferramenta para recuperar os espaços monopolizados pelo institucional e o corporativo.

O sujeito social que se torna indivíduo na interação política, consumista na interação comercial e usuário na relação tecnológica e comunicativa, é participante e co-autor na interação artística – interagente -, e aqui o que era traslado de significados no publicitário e de significantes no econômico é recriado no espaço artístico ativo politicamente. Isto não quer dizer que o artístico é válido só na proposta política, mas a função artística estimula o agir político, o que nas circunstâncias atuais responde a uma busca não só discursiva, quanto convidativa e/ou irreverente para estabelecer novas formas de comunidade, de realidade dialogada e reflexionada.

Assim a ação desde o culture jamming, a fusão crítica, a desobediência civil (real e eletrônica), os *sit-in*, etc., são tanto resultados artísticos ao propor deslocamentos poéticos no imaginário do *establishment*, alterando a sintagmática que o constitui, quanto políticos na procura de mudanças na sociedade por meio da participação coletiva, na que a ação promove a possibilidade de conscientização e ingerência na realidade que se faz possível pela intervenção artística na interface do espetáculo.

Bibliografia.

ARANTES, Priscila. @rte e mídia: perspectivas da estética digital, São Paulo, SP: Editora Senac. 2005

ARGÜELLO, Rodrigo. Ciudad gótica, esperpéntica y mediática: ensayos de simbólica (y diabólica) urbana. Santa Fe de Bogotá. Asociación Colombiana de Semiótica, 1998.

ARNS, Inke. This is Not a Toy War: Political Activism in Times of the Internet. Berlin. In ArtIndia, Bombay, Vol.7, Issue 2, Quarter 2, 2002, pp. 48-51. <http://www.projects.v2.nl/~arns/Texts/Media/No_Toy_War_ArtIndia_2.pdf> Acessado 0 25/07/12.

BAUDRILLARD, Jean. El crimen perfecto. Barcelona. Editorial Anagrama. 1997

_____. El otro por si mismo. Anagrama, Barcelona, 1997

_____. Las estrategias fatales. Barcelona. Anagrama. 1985.

_____. Para uma critica da economia política do signo. Trad. Aníbal Alves. Sao Paulo : Martins Fontes, 19-?.

_____. O sistema dos objetos. São Paulo: Perspectiva, 1993.

BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido : sobre a fragilidade dos laços humanos. Trad. Carlos Alberto Me-deiros. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 2004.

_____. BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Liquida. Trad. Plínio Dentzien. Jorge Zahar Ed. Rio de Janeiro. 2001.

_____. Vida de consumo. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica. 1º ed. 2007.

BEIGUELMAN, Gissele. Admirável mundo cíbrido [online]. sd. 2005. <www.pucsp.br/~gb/texts/cibridismo.pdf> Acessado em 20/7/10.

BEIGUELMAN, Giselle. Link-se. São Paulo, SP: Peirópolis. 2005b.

BENAYOUN, Maurice. From Virtual to Public Space. Toward an impure art. 21/09/2001. Bonn In CAST 0. 21-23/09/2001. Bonn. 2001. <<http://www.benayoun.com/projetwords.php?id=48>> Acessado em 14/07/2012

_____. The Mechanics of Emotions. Francia. 2004. <<http://www.benayoun.com/projet.php?id=27>> Acessado o 20/07/12

_____. Maurice. *Still moving*. Paris. 2008. <<http://www.benayoun.com/projet.php?id=92>> (Acessado o 19/07/12)

_____. Le Corps Global et métabolisme géopolitique. 2010. <<http://www.benayoun.com/projetwords.php?id=170>> Acessado em 23/06/12

BENAYOUN, Maurice. Critical Fusion. Milan. 2011. *Digimag*. Milan. Nº 64. Maio 2011. Entrevista concedida a Lorenzo Taiuti. <<http://www.digicult.it/digimag/issue-064/critical-fusion-interview-to-maurice-benayoun/>> Acessado em 19/07/2012

_____. Installations, Created Situations, Video & Open Art.... Digitalarti, #6. Pag. 18-21. Abril-Maio-Junho. 2011b. <http://www.digitalarti.com/files/pdf/Digitalarti-6_UK-web-papier-MD.pdf> Acessado em 21/07/12

_____. "Occupy Wall Screen": A Renowned French Media Artist Takes On Wall Street. 2012. Manhattan. In Huffington Post. 1/30/2012. Manhattan. Entrevista concedida a Michael Kurcfeld. <http://www.huffingtonpost.com/michael-kurcfeld/wall-street-art_b_1239101.html> Acessado em 20/07/12

BENEDETTI, Lorenzo. The city as interface of art" in La arquitectura radiante. Catálogo. Valencia. SKIRA, 2003. pag 29-32, 112. <http://www.lozano-hemmer.com/texts/bibliography/articles_1000Platitudes/03_CiudadRadiante_es.pdf> Acessado em 01/06/12

BIRGIT, Richard: Am Anfang war das Wort: Domain wars! (Cool Business: Etoy's toy wars) In: BIRGIT, Richard/SVEN,Drühl (Hrsg.): "Choreographie des Todes. Die Gewalttätigkeit der bewegten Bilder", Kunstforum International Band 153,Decembro 2000 - Março 2001. Disponível em: <http://www.noemalab.org/sections/ideas/ideas_articles/pdf/richard.pdf> Acessado em 23/07/2012.

BISHOP, Claire. Installation Art: A critical history. New York: Routledge. 2005.

BLACKETT, Tom; BOAD, Bob. Co-branding: La ciencia de la Alianza. Buenos Aires. Pearson Education. 2001.

BLISSETT, Luther. Guerrilha psíquica. Trad. Giulia Crippa. São Paulo. Conrad Editora do Brasil. (Coleção Baderna). 2001.

BOULLÉE, Etienne-Louis. Architecture, Essay on Art. In Boullée & visionary architecture. Academy Editions and Helen Rosenau. Londres. 1976. <http://web.mac.com/davidrifkind/fu/library_files/boullee.architecture-essay-on-art.lib-iss.pdf> Acessado o 10/07/11

BRADBURY, Ray. Fahrenheit 481. Barcelona, Minotauro, 1996.

BREA, José Luis. El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural. Murcia, Cendeac. 2004.

BUCI-GLUCKSMANN, Christine (org.). L'art à l'époque du virtuel. Paris : L'Harmattan. 2003.

BUCCI, E. A fabricação de valor na superindústria do imaginário. In: Comunicare: revista de pesquisa / Centro Interdisciplinar de Pesquisa, Faculdade de Comunicação Cásper Líbero, São Paulo - SP, p. 56 - 72, 01 jul. 2002.

_____. Ubiquidade e instantaneidade no telespaço público: algum pensamento sobre televisão. In: Caligrama (ECA/USP. Online), v. 2, p. 1-27, 2007.

CARTER, Rob; DEMAO, John; WHEELER, Sandy. *Diseño con tipografía: exposiciones 5*. México. McGraw Hill. 2001.

CAUQUELIN, Anne. *Arte contemporânea: uma introdução*. São Paulo, Martins Fontes, 2005.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp. 1998

CAPRA, Fritjof. Uma nova concepção de vida. em Projeto Reflexões. Psico v38, n1, pag. 7-9. Abril. 2007.

CARDOSO, Sérgio (et. al.). *Os sentidos da paixão*. Companhia das Letras, São Paulo. 1987.

CASTELLS, Manuel. La ciberguerra de Wikileaks. Observatorio Global. 11/12/2010. La Vanguardia. España. <<http://www.lavanguardia.es/opinion/articulos/20101211/54086305259/la-ciberguerra-de-wikileaks.html>> Acessado em: 11/12/2010.

CHAVES, Norberto. *La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. 1988.

COSTA, Mario. *Internet et Globalisation Esthétique: l'avenir de l'art et de la philosophie à l'époque des réseaux*. Paris: L'Harmattan. 2003.

COUCHOT, Edmond. *A tecnologia na arte: da fotografia à realidade virtual*. Porto Alegre: Ed. UFRGS. 2003.

CRITICAL ART ENSEMBLE, *Digital Resistance*. Nova York. 2001. <<http://www.critical-art.net/books/digital/>> Acessado o 18/10/2010

CUEVAS, Minerva. Conversation between Hans Ulrich Obrist and Minerva Cuevas at the first event of the project "Information/Misinformation" part of the 24th Graphic Biennial in Ljubljana. Slovenia. 05/01. <<http://www.irational.org/mvc/hans.html>> Acessado o 30/07/12

CUEVAS, Minerva. Art attack. La provocativa Minerva Cuevas en Buenos Aires. Radar. 28/11/10. Página 12. Buenos Aires. Entrevista concedida a Natali Schejtman. <<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-6637-2010-11-30.html>> Acessado em 10/07/12

DACHEVSKY, Marcelo. *Urban Zapping. Ciudades, productos y marcas*. Barcelona. Edicions UPC. 2001

DARWIN, Charles. *A expressão das emoções no homem e os animais*. Trad. Leon de Souza Lobo Garcia. Companhia das Letras. São Paulo. 2000.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Contraponto. Rio de Janeiro. 1997.

_____. Informe sobre la construcción de situaciones y sobre las condiciones de la organización y la acción de la tendencia situacionista internacional. Documento Fundacional (1957). Trad. Nelo Vilar. Disponível em <<http://www.sindominio.net/ash/informe.htm>> Acessado em 2 de dezembro de 2011.

DEBORD, Guy. Os Situacionistas e as novas formas de ação na política ou na arte. Trad. Erick Corrêa. 1963. <<http://emilianoaquino.blogspot.com.br/>>. Acessado o 16/07/12

DEBRAY, Régis. Vida y muerte de la imagen: historia de la mirada en occidente. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica. 1994.

DICK, Philip K. Blade Runner : ¿sueñan los androides con ovejas eléctricas? Barcelona. Edhasa. 1992.

DOMINGUES, Diana. A Arte no século XXI, a humanização das tecnologias. Editora UNESP. São Paulo. 1997.

DOS ANJOS, M. Local/Global: arte em trânsito. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor. 2005.

DOS SANTOS, Laymert Garcia. Politizar as novas tecnologias, O impacto sócio-técnico da informação digital e genética. Ed. 34. São Paulo. 2003.

DUCHENNE, Guillaume-Benjamin. The mechanics of human facial expression. Cambrigde University Press. New York. 1990.

DRUCKREY, Timothy. Relational Arqitetute: The work of Rafael Lozano-Hemmer. Debates & Credits. Media/Art/Public Domain. DeBalie -Centre for culture and Politics. Amsterdam. 2003. Pag. 70.

EKMAN, Paul. Universal Facial Expressions of Emotion. In California Mental Health Research Digest, Vol. 8, Number 4. Autumn. California. 1970. <<http://www.paulekman.com/wp-content/uploads/2009/02/Universal-Facial-Expressions-of-Emotions1.pdf>> Acessado o 20/07/11.

EMOÇÃO ART.FICIAL 2. Divergências tecnológicas. São Paulo. 2004. Machado, Arlindo; Prado Gilberto (Texto Curatorial). Disponível em < www.itaucultural.org.br/emocaoartificial2/portugues/curador_fulltext.cfm> Acessado o 19/01/12.

ETXEBARRIA, Lucía. La eva futura: cómo seremos las mujeres del siglo XXI y en qué mundo nos tocará vivir, con La letra futura: el dedo en la llaga: cuestiones sobre arte, literatura, creación y crítica. Barcelona. Ediciones Destino. 2000.

FAGGIANI, Kátia. O poder do design: da ostentação à emoção. Thesaurus. Brasília. 2006.

FORD, Aníbal. La marca de la bestia: identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Bogotá. Grupo Editorial Norma, 2001.

FRASCINA, Francis. News from nowhere. Afterimage. Nova York. 01/01/11.Vol. 38. Nº4, p. 6-7. <<http://www.readperiodicals.com/201101/2442068681.html#ixzz223lIM8ja>> Acessado em 5/07/12

FTF. Future Trend Forum. Fundación para la Innovación Bankinter. Madrid. 2011. <<http://www.fundacionbankinter.org/en/publications/the-internet-of-things>> Acessado o 17/07/12.

FOUCAULT, Michel. Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión. 1ª, ed. Buenos Aires. Siglo XXI Editores Argentina. 2002

GADAMER, Hans-Georg. Verdade e Método. Petrópolis. Ed. Vozes. 3º Ed. 1997.

GALLOWAY, Anne; WARD, Matthew. Locative Media As Socialising And Spatializing Practice: Learning From Archaeology. Leonardo Electronic Almanac. Massachusetts: MIT Press. 2005. <http://www.purselipsquarejaw.org/papers/galloway_ward_draft.pdf> Acessado em 12/1/2010

GIANNETTI, Claudia. Estética Digital: Sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Ed. C/Arte, Belo Horizonte. 2002

GODÉ, Véronique. Contemporary Art & Geopolitics: Strategic Remodelling!. Digitalarti, Paris, #6. Pag. 10-11. Abril-Maio-Junho. 2011. <http://www.digitalarti.com/files/pdf/Digitalarti-6_UK-web-papier-MD.pdf> Acessado em 21/07/12

GOEBBELS, Joseph. Goebels at Nuremberg. in: Der Kongress zur Nürnberg 1934 (Munich: Zentralverlag der NSDAP., Frz. Eher Nachf., 1934), pp. 130-141. Disponível em <<http://ics.leeds.ac.uk/papers/vp01.cfm?outfit=pmt&folder=715&paper=2159>> Acessado o 7/03/2011

GRETHER, Reinhold. Wie die Etoy-Kampagne geführt wurde. Telepolis. Alemanha. 09/02/00. <<http://www.heise.de/tp/artikel/5/5768/1.html>> Acessado em 16/07/12

GUBERN, Román. El eros electrónico. Madrid. Editorial Taurus. 2000.

HERNÁNDEZ, Iliana. Mundos virtuales habitados: Espacios electrónicos interactivos. 1ra ed. Bogotá. CEJA, 2002.

HERNÁNDEZ, Iliana. NIÑO, Raúl. Estética, vida artificial y biopolítica. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. 2010.

HITLER, Adolf. Minha Luta. Ed. Moraes. São Paulo 1983.

HOLMES, Pernilla. Blast from the past. Trends. 01/01/08. Artnews. 01/08. Nova York. <<http://www.artnews.com/2008/01/01/blast-from-the-past/>> Acessado em 14/07/12

HUEMER, Birgit. Semiotik der digitalen Medienkunst: Eine funktionale Kunstbetrachtung. Viena. Wien Universität. Dissertação (Doutorado em Filosofia). Viena. 2010. <http://othes.univie.ac.at/9110/1/2010-03-03_9100498.pdf> Acessado em 22/07/12.

HUXLEY, Aldous Leonard. Un mundo feliz/retorno a un mundo feliz; prólogo de Theodor W. Adorno. 9a. ed. México. Editorial Porrúa, 1999.

IDGNOW. Ações pró-WikiLeaks ganham adesão de mais de 44 mil voluntários. 10/12/10. Brasil. 2010 <<http://idgnow.uol.com.br/seguranca/2010/12/10/acoes-pro-wikileaks-ganham-adesao-de-mais-de-44-mil-voluntarios/>> Acessado em 27/07/12.

KLEIN, Naomi. Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro Record. Rio de Janeiro. 2003.

LA FERLA, Jorge (Ed.). El medio es el diseño audiovisual. Manizales: Editorial Universidad de Caldas. 2007.

LAURENTIZ, S. R. F. Imagem e (I)Materialidade. In: XIII Encontro Anual da Compós, 2004, São Bernardo - São Paulo. XIII Encontro Anual da Compós. UESP, 2004.

LAZZARATO, Mauricio; NEGRI, Antonio. Trabalho imaterial. Formas de vida e produção de subjetividade. DP&A. Rio de Janeiro. 2001

LE BRETON, David. Adeus ao corpo, Antropologia e sociedade. Papirus. Campinas. 2003.

LECHNER, Marie. Les médias disparus : Séance macabre. La fantasmagorie, ou rétroprojection mobile, annonce le cinéma en mettant en scène les revenants. Libération.fr. Paris. 12/08/08. <<http://www.ecrans.fr/Les-medias-disparus-Seance-macabre,4845.html>> Acessado em 20/07/12.

LECLANCHE-BOULÉ, Claude. Tipografías y fotomontajes: constructivismo en la URSS. Valencia. Campgrafic. 2003.

LE MOS, André. Arte e Midia Locativa no Brasil. In: COMPÓS, 2009, Belo Horizonte. Anais da COMPÓS. Belo Horizonte: Compos, 2009.

LE MOS, André. Mídia Locativa e Vigilância: sujeito inseguro, bolhas digitais, paredes virtuais e territórios informacionais. sd. In: Surveillance in Latin America, vigilância, segurança e controle social. PUCPR, Curitiba, Brasil. 2009b. pág. 621-648. <www2.pucpr.br/reol/index.php/SSSCLA?dd1=2696&dd99=pdf> Acessado em 20/7/10.

_____. Mobile Communication and new sense of places: a critique of spatialization in cyberculture. In Galáxia, v.16 (pp. 91-108). São Paulo, SP: PUCSP. 2008.

LEWIS, Michael; HAVILAND-JONES, Jeannette M; BARRETT, Lisa Feldman. Handbook of emotions. Guilford Press. Nova York. 2008.

LIFSHITZ, Mijaíl, La filosofía del arte de Karl Marx. Siglo veintiuno editores. 1981.

LLINAS, Rodolfo. El cerebro y el mito del yo. Editorial Norma. 2002.

LLINAS, Rodolfo; CHURCHLAND, Patricia S (comp.). El continuum mente-cerebro: procesos sensoriales. Bogotá. Universidad del Rosario, Universidad Nacional de Colombia, Unibiblos. 2006.

MACHADO, Arlindo (Org.). Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro. São Paulo: Itaú Cultural. 2003.

MANOVICH, Lev. The language of new media. Massachusetts: MIT Press. 2001.

MAURER, Silvia; ARAUJO, Yara (orgs). Arqueologia das emoções. Vozes. Petrópolis. 1999.

MARK, Tribe; REENA, Jana; UTA, Grosenick (ed.). Arte y nuevas tecnologías. Colonia. Taschen. 2006.

MARX, Karl. O capital. Zahar editores. Rio de Janeiro. 1978.

MELLO, Christine. Extremidades do Vídeo. São Paulo, SP: Senac. 2008.

MITCHELL, William. Me++: The Cyborg Self and the Networked City. Massachusetts Institute of Technology. 2003.

MOSQUERA, Gerardo. El diseño se definio em octubre. Ed. Arte y Literatura. La Habana. 1989.

NOVAES, Adauto (org.). O homem-máquina: A ciência manipula o corpo. Companhia das letras. São Paulo. 2003.

O'CONNOR, James. Thomas Willis and the background to Cerebri Anatome In: Journal of the Royal Society of Medicine. Vol. 96. March. Londres. 2003. <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC539424/pdf/0960139.pdf>> Acessado o 17/06/11.

ORWELL, George. 1984. Barcelona. Ediciones Destino. 1980.

PLAZA, Júlio. Arte e interatividade: Autor-obra-recepção. <<http://webcultura.com.br/web/wpcontent/uploads/2010/03/arteeinteratividade.pdf>> Acessado em 7/6/10.

PRADO, Gilbertto. Arte telemática: dos intercâmbios pontuais aos ambientes virtuais multiusuário. São Paulo, SP: Itaú Cultural. 2003.

_____. "Arte en red: algunas indagaciones sobre creación, experimentación y trabajo compartido" in Arte y políticas de identidad, n. 1, (pp. 241-250). Murcia, Espanha: Universidad de Murcia. 2009.

PRADO, Gilbertto; BUENO, Cláudio. "Lugares provisórios" in Revista USP, dossiê cibercultura, n. 86, (pp. 78-95). São Paulo: USP. 2010.

RINCÓN, Hernando. La pantalla. Notio-Opus-Taktikê. Facultad de Artes, Universidad Nacional de Colombia-Unibiblos. 2001.

ROBERTS, Kevin. Sisomo: El futuro en pantalla. Creación de conexiones emocionales en el mercado con sight, sound y motion. Barcelona. Saatchi & Saatchi/Editorial Urano-Empresa activa. 2006.

RODRÍGUEZ, Silvia López. *El túnel de las metáforas: percepción de la vivienda y del entorno urbano como experiencia artística*. Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona. Vol. VII, núm. 146(036), 1 de agosto de 2003. Disponível em <[http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146\(036\).htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146(036).htm)> Acessado em 12 de dezembro de 2012.

ROE. Ciberactivismo: sobre usos políticos y sociales de la red. Ed. Virus - Reunión de Ovejas Electrónicas. Barcelona. 2006.

ROIG, Gustavo. Hackers: activismo político en la frontera tecnológica. Madrid. 2004, <www.mujeres-enred.net/zonaTIC/IMG/pdf/hackers_xevian.pdf> Acessado o 22/11/2010

ROLNIK, Raquel. Muito além da polêmica sobre a presença ou não da PM no campus da USP. 04/11/11. São Paulo. <<http://raquelrolnik.wordpress.com/2011/11/04/muito-alem-da-polemica-sobre-a-presenca-ou-nao-da-pm-no-campus-da-usp/>> Acessado em 01/08/2011.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. El contrato social, ó, Principios Del derecho político. José Ferrer de Orga (ed.). Valencia. 1812.

RUIZ, José Antonio. De geometría y arquitectura. In: Revista de Arquitectura3. Universidad de Navarra. Valencia. Noviembre. 1999

SAN MARTÍN, Patricia. Hipertexto: seis propuestas para este milenio. La Crujía Ediciones. Buenos Aires. 2003.

SANTAELLA, Lucia; ARANTES, Priscila. Estéticas Tecnológicas: Novos modos de sentir. São Paulo, SP: Educ. 2008.

SANTOS, Milton. O espaço do cidadão. São Paulo. Ed.Nobel. 2000.

SANTOS, Milton. A natureza do Espaço – Técnica e Tempo. Razão e Emoção. São Paulo, SP: Ed. USP. 2006.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção. 4ta edição. 4. Reimpressão. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo. 2008.

SANTOS, Laymert Garcia dos. Politizar as Novas Tecnologias: o impacto sócio-técnico da informação digital e genética. São Paulo. Ed. 34, 2003

SANTOS, Laymert Garcia dos; KUCINSKI, Bernardo; KEHL, Maria Rita; PINHEIRO, Walter. Revolução tecnológica, internet e socialismo. Fundação Perseu Abramo. Brasil. 2003b.

SENNET, Richard. Carne e pedra. Trad. Marcos Aarão Reis. Rio de Janeiro. Record. 1997.

SENNET, Richard. A cultura do novo capitalismo. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro. Record. 2006.

SLOTERDIJK, Peter. Esferas III. Espuma. Madrid. Ed. Siruela. 2006.

SONTAG, Susan. Sobre fotografia. Trad. Rubens Figueiredo. São Paulo, Companhia das letras. 2004.

SOARES, Carmen (org.). Pesquisas sobre o corpo. Autores Associados. Campinas. 2007.

STOEL, Elizabeth. Rafael Lozano-Hemmer: Urban Projections, Massachusetts, in Praxis, Issue 10, p.114-119. <http://www.lozano-hemmer.com/texts/bibliography/articles_multipieces/Praxis_Issue10.pdf> Acessado em 15/05/12

TOLIC, Ines. Rafael Lozano-Hemmer at the 52nd international art exhibition in Venice, d'Architettura, No. 36, 2008, p.154-159. <http://www.lozano-hemmer.com/texts/bibliography/articles_multipieces/D%27Achtettura_08-2008_no36.pdf> Acessado em 08/05/12

TÜRCKE, Christoph. Sociedade excitada - Filosofia da sensação. Unicamp. Campinas. 2010

VERDÚ, Vicente. Yo y tú, objetos de consumo. El personismo: La primera revolución cultural del siglo XXI. Barcelona. Random House Mondadori. 2005.

WILLIS, Robert. The works of William Harvey. Sidenham Society. Londres. 1847.

WOLFE, Tom. El coqueto aerodinámico rocanrol color caramelo de ron. Ediciones Urano. 2002

VENTURELLI, Suzete; MACIEL, Mário. Imagem Interativa. Brasília: Ed. UnB. 2008.

VIRILIO, Paul. La máquina de visión. Madrid. Ediciones Cátedra, 1989.

VIRILIO, Paul, et. al. Ctrl [space]. Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother. Levin, Thomas; Frohne Ursula e Weibel, Peter (eds). MIT Press. Cambridge. 2002.

Anexos

CD que contém:

1° CD

1) Video Call me darling. Produzido na Disciplina CAP5092 // Edição e Composição para Video Digital

2) Pdf do artigo "Da arte e da tecnologia à engenharia emocional nas práticas contemporâneas do capitalismo". apresentado em Softboarders. SãoPaulo. Brasil.

2) Pdf do artigo "Capitalismo y ambiente: el control del individuo en el objeto" apresentado no X festival de la Imagen. manizales. Colômbia.

3) Pdf com propostas de logo para o grupo "Poéticas Digitais"

4) Pdf do logo para o 3º Encontro Internacional de Grupos de pesquisa: "Realidades Mistas & Convergências entre Arte, Ciência e Tecnologia. USP-Unesp.

2° CD.

5) Pdf da dissertação "Branding na sociedade do espetáculo".