

GT – COMUNICAÇÃO e CIBERCULTURA - COMPÓS 2009

Relato crítico do texto “Arte e Mídia Locativa no Brasil”, de André Lemos.

Vinicius Andrade Pereira e José Cláudio Castanheira.

Ler os textos de André Lemos é sempre uma fonte de inspiração para nossos próprios trabalhos, pelas idéias originais e pelo conjunto de exemplos e casos bem descritos que sempre nos apresenta. O texto “Arte e Mídia Locativa no Brasil” não é diferente. Traça, de modo um tanto quanto didático, a diferença entre o que teria sido um primeiro e um segundo momento das relações entre as redes teleinformáticas e o espaço físico concreto, tendo como objeto de estudo as dinâmicas sócio-comunicacionais trazidas pelas *mídias locativas*, bem como os modos pelos quais tais mídias se apresentam em alguns projetos no Brasil.

Assim, na observação da evolução da breve história do ciberespaço, mais especificamente na observação das relações dos usuários com as tecnologias digitais de comunicação, o autor delinea dois momentos distintos: uma primeira fase, nomeada como aquela que seria do *upload* da informação, e uma segunda, na qual o ciberespaço encarnaria nas coisas, a partir da presença das tecnologias móveis de comunicação e da computação ubíqua. Na primeira fase o corpo e o seu entorno, em um processo de virtualização, perderiam peso em função de um permissivo processo de abstração de pessoas, lugares e relações, em uma espécie de *neoplatonismo digital*.

Em uma fase mais recente – segundo o ponto de vista do autor, esteado em autores como Ben Russel –, com o desenvolvimento das chamadas mídias locativas, o ciberespaço passaria a tocar o espaço real, “pingando” nas coisas, re-significando lugares e tensionando geografias. Neste sentido, as mídias locativas são definidas por André Lemos da seguinte maneira:

Podemos definir as mídias locativas como dispositivos, sensores e redes digitais sem fio e seus respectivos bancos de dados “atentos” a lugares e contextos. Dizer que essas mídias são atentas a lugares e a contextos significa dizer que elas reagem informacionalmente aos mesmos, sendo eles compostos por pessoas, objetos e/ou informação, fixos ou em movimento.

A partir dessas idéias básicas o autor retoma a sua proposição de classificar as mídias locativas em cinco subconjuntos – *anotações urbanas eletrônicas; mapeamento; redes sociais móveis; jogos computacionais de rua e mobilizações inteligentes* – reafirmando-as como os modos pelos quais os lugares se tornam mais complexos na contemporaneidade.

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. Esta nova territorialidade compõe, nos lugares, o território informacional.

Com esta base teórica-conceitual, André Lemos esboça uma análise do panorama brasileiro no que tange os usos das mídias locativas, elaborando, de modo original, um exercício que especula acerca de possíveis intervenções no mercado público de Belo Horizonte, salientando ganhos e o aumento da complexidade das dinâmicas sociais e comunicacionais que o espaço em questão poderia ganhar a partir da adoção dos projetos citados. A título de uma reflexão partilhada e de um diálogo com o autor, propomos, a seguir, algumas poucas considerações.

Em primeiro lugar gostaríamos de nos deter em uma dos principais teses do texto, a de que vivemos um novo momento cultural, com o ciberespaço “pingando” nas coisas (RUSSEL, 1999). Ora, se é certo que com as mídias locativas as idéias criadas a

respeito dos lugares que flutuavam em um éter nem sempre acessível (o autor mesmo reconhece vicissitudes como modelos de exclusão – entre eles o de exclusão digital – em países de terceiro mundo) descem ao plano empírico, tocam e compartilham um mesmo horizonte topográfico que nós simples mortais, também é verdade que essa *ciberrealidade* é tanto mediada por apropriações locais (como nos mostra a teoria das mediações. Cf. MARTÍN-BARBERO), como por diferentes *arranjos midiáticos* (PEREIRA, 2008) típicos da contemporaneidade. Com isso, a ênfase exclusiva nas mídias locativas como os agentes que *re-significam* e tornam mais complexos os lugares pode soar como um determinismo tecnológico extemporâneo.

Não há modelos únicos ou hegemônicos de recriação, mapeamento ou interação entre o espaço teleinformático e o espaço físico. Usos tecnológicos diferentes de apreensão, *upload* ou *download* entre versões digitais e analógicas do mundo surgem a cada dia. Acoplam-se, migram, atendem diferentes necessidades. Aliás, feliz a observação do autor a respeito da concepção do *upload* de *relações sociais, instituições, processos e informações para o ciberespaço fora do “mundo real”* – que segundo André Lemos teria se tornado hegemônica em determinado período – como exagerada e incorreta, afinal: *não há nada fora do “mundo real”*. Exatamente neste ponto, por conta desta mesma afirmação, podemos nos perguntar se esse tipo de conclusão a que determinada corrente de pensamento chega em um primeiro momento da cibercultura – a do *upload* como prática preponderante e inevitável – teria sido realmente hegemônica.

Ao colocarmos essa questão em um nível global podemos perceber que questões pertinentes para um determinado grupo de pesquisadores na década de 50 (com Norbert Wiener e os primórdios da cibernética) ou nos anos 90 (com autores como Hans Moravec) poderiam não o ser para outro. É certo que a numerização da informação e a

possível desmaterialização de corpos e conversão da mente em algum *software* rodando em circuitos mais eficientes permearam o imaginário e a cultura do século XX. Mas, paradoxalmente, algumas dessas propostas eram descritas como uma operação de *download* de um certo conteúdo em suportes digitais. Um bom exemplo, neste caso, é a célebre expressão proposta por Moravec de *download da mente*. Talvez, por isso, seja tão difícil delimitar precisamente essas duas instâncias – o *upload* e o *download* – como processos independentes.

Ainda, é igualmente certo que outros modelos de vinculação entre corpo e mundo e de investigação das materialidades dos objetos, viés distinto de uma abstração tecnocientífica propalada pelo modelo pós-guerra norte-americano, foram igualmente importantes na compreensão dessas relações. Modelos filosóficos como os de Husserl (*Lebenswelt*), Merleau-Ponty (esquema corporal), onde se compreende o mundo como um *a priori* nas relações entre sujeito e objeto; movimentos estéticos como a música concreta (com raízes no futurismo italiano) e todos seus desdobramentos na atual cultura eletrônica, etc., são alguns exemplos de correntes de pensamento que não se pautavam por esse cartesianismo cibernético e que, de algum modo, também se inscreveram no imaginário da cibercultura. Aqui pensamos particularmente no universo ficcional de um filme como *Blade Runner* ou na literatura *cyberpunk* de autores como Sterling e Gibson, obras com as quais André Lemos é notoriamente familiarizado.

Sendo assim, consideramos a separação entre esses dois modelos – *upload* e *download* – um tanto quanto limitada, apesar de didática, para pensarmos as mudanças em determinadas práticas cotidianas de inserção e remodelagem territorial, como bem aponta André Lemos. Como todo modelo de estudo essa divisão apresenta limites, mas isso não retira o mérito do esforço original de André Lemos de chamar atenção para um fenômeno novo e ainda pouco estudado. Precisamos, contudo, observar que há sempre

muitas e diferentes estratégias (só para lembrar De Certeau, também citado por André Lemos) e apropriações de locais e tecnologias.

Quando o autor lembra que “as mídias conformam a percepção do espaço e a própria subjetividade em um jogo de espelhos mostrando nosso lugar no mundo” devemos ter em mente que as mídias são também criadas, apropriadas e modificadas por conta das subjetividades, *afetividades* e *sensorialidades* (PEREIRA, 2006, 2008) em jogo em determinado momento e em determinado lugar.

Por causa dessas relações complexas entre mídias, subjetividades, *afetividades*, *sensorialidades* e espaço é que julgamos importante a conclusão a que o autor chega quando diz que a apropriação estética dessas tecnologias – e aqui devemos perceber o quão tênues são os limites entre o âmbito estético e o propriamente tecnológico, como nos demonstram artistas contemporâneos – é umas das únicas maneiras de dar a essa relação entre mundos “reais” (seja lá o que isso signifique) e mundos “virtuais” (idem) uma polifonia, uma constituição de múltiplas vozes, nunca fechadas em uma compreensão estanque do mundo.

Um outro ponto que gostaríamos de destacar no texto diz respeito à intenção de análise do panorama artístico brasileiro que lançaria mão das mídias locativas. André Lemos pretende dar conta desta análise – central como proposta deste texto e já anunciada no próprio título – a partir da proposição de um exercício hipotético que seria, basicamente, repensar as dinâmicas do mercado popular da Av. Afonso Pena, em Belo Horizonte. Ou seja, ao repensar como as dinâmicas do mercado em questão poderiam ser alteradas com os usos de mídias locativas, André Lemos pretende passar em revista a ainda tímida produção brasileira de arte que recorre às mídias locativas.

Com este exercício hipotético alguns projetos em arte midiática locativa são descritos, embora alguns desses projetos, como o próprio autor salienta, não se

inscrevam propriamente como arte, mas como projetos com fins publicitários ou políticos.

Observamos uma dissonância entre parte dos projetos anunciados e a natureza do cenário que seria alvo das práticas midiáticas locativas. Esta dissonância poderia ser percebida pelo fato de não se tratar de um conjunto de proposições emergentes do corpo social e físico do mercado. Ou seja, se a hipótese em questão contasse com os projetos de artistas convidados, como propõe o autor, um elemento fundamental que sempre permite as re-significações dos lugares – que é a teia simbólica do grupo de mercadores e de pessoas que habitam o espaço em questão – estaria, contudo, sendo esquecida. Neste ponto, parece ressurgir a perspectiva do autor na crença de que o poder de transformação significativa dos lugares está nas mídias locativas exclusivamente e não nos diversos agentes sociais e técnicos (de outras ordens como língua, identidade cultural, objetos e artefatos não entendidos como mídias locativas, etc.) que medeiam os processos de comunicação. Assim, alguns dos projetos citados, quando pensados para o mercado em foco soam quase caricatos, como, por exemplo, *Motoboys*, *Sticker Maps*, *Wiki-Crimes* e *Citix*.

Por fim, considerando a linha argumentativa de nossas considerações até aqui, queremos propor como reflexão última. Trata-se de pensar se o processo de produção de re-significação das coisas, hoje, não seria muito mais dependente do conjunto total de mídias, arranjos e ambientes midiáticos que desfrutamos em todo tempo e lugar, que nos permite rearranjar os significados das coisas o tempo todo, do que das tais mídias locativas – sendo assim um processo muito mais próximo daquilo que um autor como Jenkins chamaria de cultura da convergência e que nós chamamos de cultura *pan-midiática*. Ou seja, mais uma vez, não seriam as mídias locativas, mas também não as mídias massivas e/ou digitais que nos permitem reinventar os sentidos das coisas e dos

nossos percursos, mas sim todas elas juntas, todo o conjunto de informações, memórias e sentimentos que podemos evocar e acessar de modo contínuo e quase ininterrupto hoje, com o excesso de *gadgets* e de plataformas para a comunicação que nos rodeiam e que portamos de modo obsessivo.

Um diálogo em abertura, na forma de umas poucas idéias e questões, para que o original pensamento de André Lemos possa se reafirmar neste encontro que muito nos honra, foi o que pretendemos com essas reflexões.

Referências bibliográficas

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 2008.

HUSSERL, Edmund. **The Paris lectures**. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 1998.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MORAVEC, Hans. **Mind children**: the future of robot and human intelligence. Cambridge: Cambridge University Press, 1988

PEREIRA, Vinícius Andrade. “G.A.M.E.S. 2.0 - Gêneros e gramáticas de arranjos e ambientes midiáticos moduladores de experiências de entretenimento, sociabilidades e sensorialidades.” In: ANTOUN, Henrique (org.). **Web 2.0. - participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

_____. “Reflexões sobre as materialidades dos meios: embodiment, afetividade e sensorialidade nas dinâmicas de comunicação das novas mídias.” In: **Revista Fronteiras: Estudos Midiáticos**. VIII(2):93- 101. São Leopoldo: Unisinos, maio-agosto, 2006

RUSSEL, B. **A Headmap Manifesto**. In: Headmap.Org, 1999. Disponível em: <<http://www.headmap.org>>