

apropriações do (in) comum

espaço público e privado
em tempos de mobilidade

giselle beiguelman,
lucas bambozzi, marcus bastos
e rodrigo minelli (orgs.)

Catálogo na Fonte:
Bibliotec Gerenciamento da Informação

A654

Apropriações do (in)comum: espaço público e privado em tempos de mobilidade / Organização de Giselle Beiguelman ... [et al.]. - - São Paulo: Instituto Sergio Motta, 2009.

119 p. : il. color.; 21 cm

Inclui referências bibliográficas.

ISBN: 978-85-60824-04-5

1. Tecnologia – Aspectos sociais 2. Multimídia interativa 3. Espaços públicos 4. Vivo arte.mov Festival Internacional de Arte em Mídias Móveis 5. Beiguelman, Giselle.

CDD 22: 303.4833

Bibliotec

Rua do Rócio, 121 - Conj. 64 - CEP 04552-000 - São Paulo - SP

Tel.: (11) 3554-3849 / (11) 9477-1385

fomento e debate: vivo arte.mov e instituto sergio motta estimulam produção com mídias digitais e portáteis

O Vivo arte.mov - Festival Internacional de Arte em Mídias Móveis estimula um uso consciente e crítico das tecnologias portáteis tendo como perspectiva uma atuação mais efetiva das pessoas em suas comunidades e na realidade social, a partir da construção de novos modelos de colaboração e distribuição. Em sua terceira edição, amplia o campo de atuação, com Exposições, Mostras e Simpósios em Belo Horizonte e São Paulo, e circuito de difusão nas cinco regiões do Brasil.

A etapa paulista do Vivo arte.mov é co-realizada pelo Instituto Sergio Motta, Secretaria de Estado da Cultura e Governo do Estado de São Paulo. O Instituto Sergio Motta é uma organização não-governamental que atua no fomento do uso criativo das tecnologias e na difusão de inovações. Desde 2000, o Instituto realiza diversas ações na área de cultura e criação digital: o Prêmio Sergio Motta de Arte e Tecnologia, as Oficinas Territórios Recombinantés, o Festival Universitário Conexões Tecnológicas e os Festivais On-line HTTPVideo, HTTPTags e HTTPSom.

Durante três dias em Belo Horizonte e dois dias em São Paulo, foram debatidas estratégias de difusão em rede e acesso à informação em mídias móveis, as convergências esperadas e as já existentes entre redes e espaço físico, e os desenvolvimentos das tecnologias sociais em seus vários aspectos. O formato distribuído desta edição ampliou o escopo do Festival que, desta forma, consolidou-se como fórum continuado de debate e pesquisa sobre o contexto audiovisual, a cultura da mobilidade e a perspectiva de uso expressivo desses meios. O resultado está publicado neste livro eletrônico que reúne artigos de alguns dos convidados do Simpósio e ensaios visuais que documentam as obras selecionadas para a terceira edição do festival.

Sumário

Simpósio proporciona debates intensos com convidados nacionais e internacionais	Renata Motta	04
O que a geração MySpace deveria saber sobre trabalhar de graça	Trebor Scholz	06
WiFi Hog: da reação à realização	Jonah Brucker-Cohen	10
Descontínua Paisagem	Fernando Velázquez	15
Entrevista com Régine Debatty	Marcus Bastos	18
Blast Theory em Santa Tereza		26
Pensar o espaço tecnológico	Fábio Duarte	35
Cidade e Mobilidade	André Lemos	40
Videoman	Fernando Llanos	58
Mídias Móveis: amigos ou inimigos amigáveis?	Matrha Gabriel	61
O Híbronauta: um protonauta do futuro	Laura Beloff	74
Por um uso crítico do pontencial aberto e distribuído dos sistemas de comunicação móveis	Lucas Bambozzi e Rodrigo Minelli	79
Urban Screens	Mirjam Struppek	89
memo_ando	Raquel Hogan	99
Brandscapes, Buqology e Artvertising	Giselle Beiguelman	104
Espectros e Tragédia	Guilherme Hujawski	109
Bios		112
Symposium Programme		115

Simpósio proporciona debates intensos com convidados nacionais e internacionais

O Instituto Sergio Motta compreende como tecnologias móveis as estratégias e meios que aumentem a possibilidade de se comunicar, criar, se relacionar e produzir. Num mundo ativado pelas diferentes tecnologias de informação e comunicação, a Internet e os telefones celulares ganham destaque, alcançando os mais remotos cantos do planeta. Esses dispositivos revolucionaram não apenas a maneira como trabalhamos, nos organizamos e criamos, mas carregam o potencial para mudar a forma como instituições de caráter social e cultural podem intervir nas mais diversas comunidades com suas ações sociais.

O Simpósio “Apropriações do (in)comum: espaço público e privado em tempo de mobilidade” integra a etapa paulista do 3o Vivo arte.mov – Festival Internacional de Arte em Mídias Móveis. A parceria estabelecida entre o Festival Vivo arte.mov, o Instituto Sergio Motta e a Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo proporcionou a realização de dois dias de intensos debates, com diversos convidados nacionais e internacionais, que apresentaram reflexões e questões a partir de uma perspectiva do uso consciente e crítico das tecnologias portáteis. Os encontros foram abrigados no auditório do MuBE – Museu Brasileiro da Escultura em São Paulo, que também apoiou a iniciativa.

Esta publicação eletrônica (ebook) busca apresentar os principais conteúdos do Simpósio, difundindo para um público ampliado os diferentes debates que ocorreram em torno dos seguintes temas: estratégias de difusão em rede e acesso à informação em mídias móveis, as convergências esperadas e as já existentes entre redes, e espaço físico e os desenvolvimentos das tecnologias sociais em seus vários aspectos. O arquivo eletrônico da publicação está disponibilizado para download gratuito, buscando contribuir para o debate continuado sobre a cultura da mobilidade.



apropriações do (in)comum: espaço público e privado em tempos de mobilidade

O tema do Simpósio do Vivo arte.mov, em 2008, enfatiza experiências que expandem a noção de arte, seus espaços e ferramentas. Com sessões temáticas montadas com convidados de várias regiões do Brasil, e de centros de referência no debate sobre cultura da mobilidade ao redor do mundo, o evento reúne artistas, críticos e teóricos representativos das discussões sobre o lugar das mídias portáteis na cultura contemporânea. O objetivo é discutir por que “a arte não está mais no mesmo lugar”, num contexto de apropriações possíveis do espaço público e privado por meio de tecnologias portáteis que tornam a fronteira entre ambos cada vez mais difusa. Dessa forma, o Simpósio procura oferecer ao público diferentes perspectivas de seus três eixos temáticos: tecno-determinismo e acessibilidade; realidades mistas; e redimensionamento do espaço público. Este eixo temático foi mantido na seleção dos textos selecionados para publicação no livro eletrônico do festival realizado em conjunto com o Instituto Sergio Motta.

o que a geração myspace
deveria saber sobre trabalhar
de graça

por trebor scholz



Se você concorda com a teoria da “performance virtuosa” e “do ato de ser um falante” de Paolo Virno e Maurizio Lazzaroto como o mais novo trabalho imaterial (do Norte), aí sim, a web social é a nova fábrica sem paredes. Eu não assino embaixo da naturalização da exploração do trabalho que é tão querida pelo capitalismo. Onde estão as pessoas que se preocupam se os grandes lucros são feitos da sua criatividade distribuída? A maioria dos participantes não é consciente do seu papel no comportamento do mercado.

Os sites mais centrais na World Wide Web criam massivos valores excedentes e pequenas iniciativas são frequentemente compradas pelos Walmarts da internet (NewsCorp, Yahoo, Google) no exato momento que eles atraem número suficiente de visitas nas páginas. As pessoas passam maior parte do tempo nos sites desses gigantes e não em lojas menores e caseiras (“mom and pop stores”). Cerca de 12% de todo o tempo gasto por americanos na internet é gasto no MySpace.

Nicholas Carr assinalou que 40% de todo o tráfego na web é concentrado em 10 websites. (www.sina.com.cn, www.baidu.com, www.yahoo.com, www.msn.com, www.google.com, www.youtube.com, www.myspace.com, www.live.com, www.orkut.com, e www.qq.com).

A maioria destes sites devem a sua popularidade para a riqueza de conteúdo gerada pelos visitantes que passam uma quantidade significativa de tempo sobre estes poucos, muito poucos sites, criando assim riqueza para um punhado de proprietários corporativos. O que atrai as pessoas para dentro?

Numa recente entrevista à Forbes Video Network, Jay Adelson (CEO do Digg.com) foi questionado “o que vai fazer as pessoas voltarem?” Adelson respondeu: “Comunidade é o que realmente faz com que as pessoas voltem. Estas pessoas são apaixonadas pelo o que o Digg tem feito por elas. A experiência como usuário que obtêm ao ser parte dessa comunidade só está melhorando a cada dia.”

Atenção se traduz em valor monetário concreto e a comunidade é o produto. O capitalismo cru offline é replicado na forma online, muito contra as esperanças de uma recente cibernética e o “de volta a terra” interligado, aspirações contra-culturais do final dos anos 60 e início dos 70 as quais Fred Turner escreve sobre.

The image shows a screenshot of a MySpace profile for a user named "Tragedy and Glory". At the top, the MySpace logo and "Brasil" are visible, along with a search bar containing "Atalhos do usuário". The navigation menu includes "Home", "E-mail", "Perfil", "Amigos", "Música", and "Vídeo". The profile header features a dark, grainy profile picture of a person in a window. To the right of the picture, the user's bio reads: "A dream of a thousand cats...", "Masculino", "25 anos de idade", "London, New York, São Paulo, Brasil", and "Último Login: 5/12/2008". Below the bio, it says "Humor: ocupado" with a smiley face icon, and "Exibir Meu/Minha: Imagens | Vídeos". A section titled "Contatando Tragedy and Glory" contains several interactive buttons: "Enviar Mensagem", "Adicionar Como Amigo", "Mensagem Instantânea", "Adicionar A Grupo", "Enviar a Amigo", "Adicionar Entre Favorites", "Bloquear Usuário", and "Classificar Usuário".

MySpace: ao publicar conteúdo no site, o usuário cede seu trabalho gratuitamente, transferindo práticas típicas dos commons para ambientes privados

A dinâmica do - sendo utilizado - pode deter muito menos verdades para websites periféricos na concêntrica hierarquia da web participativa. A “mom and pop store” online tem uma relação muito mais benevolente dos benefícios dos participantes em contraposição as despesas de funcionamento da empresa. E depois existem também duas ou três iniciativas sem fins lucrativos como o Archive.org e Craig Newmark sustentando a “forte esperança”. Eles não estão, com certeza, dominando a leitura e escrita na web.

O “trabalho afetivo”, imaterial, das redes publicas produz dados. Contribuintes comentam, codificam, classificam, encaminham, lêem, assinam, conectam, moderam, fazem remixagens, compartilham, colaboram, escolhem favoritos, escrevem, trabalham, jogam, conversam, fofocam, discutem e aprendem, Eles preenchem perfis: 120 milhões de pessoas compartilham informações pessoais com a NewsCorp, por exemplo. 18 milhões de estudantes compartilham tamanhos detalhes em seus Facebooks com o Yahoo. Eles compartilham informações sobre suas musicas e clubs favoritos. Eles não ficam tímidos ao listar os livros que estão lendo e os filmes que estão assistindo. Eles detalham suas orientações sexuais e informações postais com cidade, telefone e e-mail. Eles compartilham fotos, histórico educacional e empregos. Perfis, mesmo quando somente visível aos amigos (e claro, ao Yahoo) que listam suas atividades diárias, interesses gerais e amigos.

Digg.com: agregador coletivo de conteúdo, que classifica publicações online conforme votos de seus usuários

The screenshot shows the Digg.com homepage. At the top left is the 'digg' logo with navigation links for 'Join Digg', 'About', and 'Login'. A search bar is located at the top right. Below the navigation is a green bar with category dropdowns: Technology, World & Business, Science, Gaming, Lifestyle, Entertainment, Sports, and Offbeat. Underneath are tabs for 'Popular' and 'Upcoming BETA', along with 'News', 'Videos', 'Images', and 'Customize'. The main content area is titled 'News, Images, Videos' and includes sorting options: 'Most Recent', 'Top in 24 Hr', '7 Days', '30 Days', and '365 Days'. A introductory message says 'Discover the best of the web on Digg' and 'Everything on Digg is submitted and voted on by people like you.' Below this are three article cards:

- 109 diggs**: "Will Anyone Give George W. Bush a Job?" from newsweek.com. Includes 34 comments and a 'Share' button.
- 81 diggs**: "A New Way of Saving Endangered Elephants: Freeze Their Sperm" from sciam.com. Includes 11 comments and a 'Share' button.
- 177 diggs**: "Sacramento Cyclist Hides Vicodin in 'Crack'" from nbcbayarea.com. Includes 31 comments and a 'Share' button.

On the right side, there is a 'Digg Upcoming' section with a 'RECOMMENDATION ENGINE' diagram showing 'YOU' and 'DIGGERS LIKE YOU' overlapping. Below it is a 'Top in All Topics' list:

- 1479 Ultrarnerd in Paradise [PIC]
- 1388 Wow, thats a LOT of snow.
- 1190 Piano [XKCD]

Parece evidente que toda esta sociabilidade em rede canalizada representa valor monetário. Depois da bomba pontcom, os titãs do Google não iriam comprar um website de vídeos jovem como o YouTube, pelo valor da Companhia New York Times, se não houvesse um claro valor monetário.

A ética arriscada relacionada à propriedade e exploração do trabalho do “núcleo da web sociável” se torna aparente se olhamos as políticas de privacidade do Yahoo para o Facebook.

“O Facebook também pode coletar informações sobre você de outras fontes, tais como jornais, blogs, serviços de mensagens instantâneas, e outros usuários do serviço Facebook por meio da operação do serviço (por exemplo, tags em fotografias), a fim de lhe fornecer mais informações úteis e uma experiência mais personalizada”.

É um sonho se tornando realidade para qualquer pesquisador de Mercado. Mas isso não é brecado por políticas de privacidade bizarras, o Yahoo também reivindica seus direitos sobre o conteúdo do Facebook:

“Ao postar conteúdo de usuário em qualquer parte do site, você automaticamente concede, e você representa e garante que tem o direito de conceder, a Companhia uma irrevogável e perpétua, não exclusiva, transferível, totalmente paga, licença mundial (com o direito de sublicenciar) para usar, copiar, executar publicamente, exibir publicamente, reformatar, traduzir, trechos (no todo ou em parte) e distribuir tal conteúdo...”

A imagem da rede publica- sendo usada - é, no entanto, complicada pelo fato de que os participantes inegavelmente ganham muito pela participação. Existe o prazer da criação e o mero gozo social. Participantes ganham amizades e um sentimento de pertencer a um grupo. Eles compartilham suas experiências vivenciadas e arquivam as suas memórias. Eles estão conseguindo empregos, acham companhia e provavelmente contribuem para um bem maior.

A dimensão e grau de exploração do trabalho imaterial é mais inquietante quando olhamos para o site com maior tráfego. A web sociável torna mais fácil às pessoas usar e essa dinâmica poderá somente ser amplificada através do aumento da conexão de aparatos móveis aos grandes sites de rede social.

The image is a screenshot of a Facebook profile for Trebor Scholz. At the top, the Facebook navigation bar is visible with 'facebook', 'Home', 'Profile', 'Friends', and 'Inbox 28'. The profile header shows the name 'Trebor Scholz' and tabs for 'Wall', 'Info', and 'P'. Below the header is a cover photo of a landscape with a winding river. Underneath the cover photo are links for 'View Photos of Trebor (3)', 'Send Trebor a Message', and 'Poke Trebor'. A bio section contains the text: 'If you are about to send me a friending request, please include a personal note. I link up with people with whom I actually worked or played.' Below the bio is an 'Information' section with fields for 'Networks: New School Faculty', 'Relationship Status: Married to Jenny Perlin', 'Birthday: January 20', and 'Website: http://www.collectivate.net/journalisms/2007/5/15/round...'. A 'Mutual Friends' section shows '27 friends in common' and a 'See All' link. At the bottom of the profile are three small profile pictures of mutual friends. On the right side of the page, a partial view of the 'Wall' is visible, showing a post by 'Rozalinda' and a list of activity from other users.

O perfil de Trebor Scholz no Facebook: objeto de estudo e ferramenta de uso cotidiano, sobrepostos



wifi hog: da reação à realização

por jonah brucker-cohen

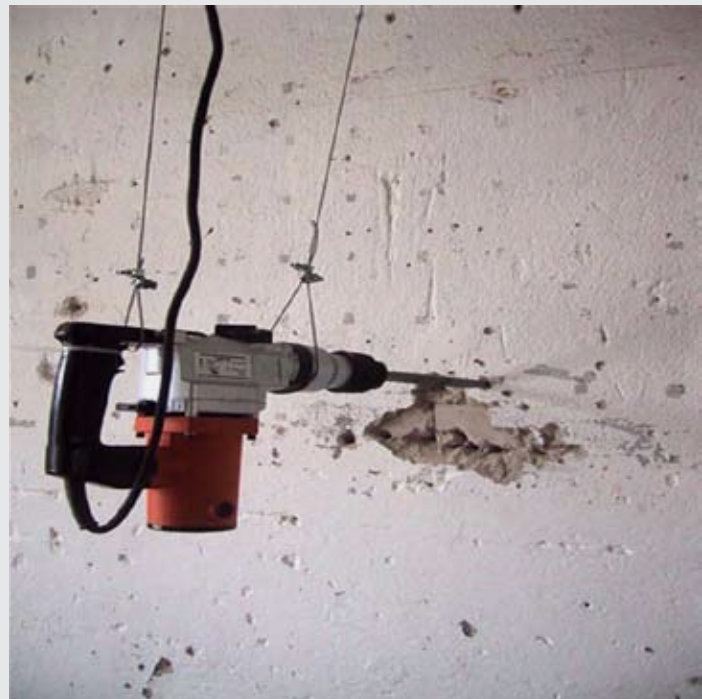
Quando tecnologias são introduzidas, pela primeira vez, hipérboles geralmente as acompanham. A hipérbole se dissipa naturalmente com o passar do tempo, mas quando notícias sobre o modo como as pessoas estão usando a tecnologia se espalham a máquina da hipérbole começa a ressurgir. A primeira vez que ouvi falar de Internet Wireless (ou 802.11b) no início de 1999, eu ignorei. Essa tecnologia parecia muito distante de nós, já que os computadores ainda não eram equipados com receptores sem-fio (salvo alguns PDAs – assistente pessoais portáteis, como certos modelos mais sofisticados de Palms).

Eu ouvi comentários sobre pessoas que já utilizavam a tecnologia numa sala de aula e em hospitais, com aplicações muito particulares que pareciam específicas demais para que fosse possível adotar entre um espectro mais amplo de usuários. Alguns anos mais tarde, a Internet sem-fio (hoje em dia chamada carinhosamente de Wi-Fi) começou a ressurgir em vários relatos sobre projetos, e as comunidades públicas em rede começaram a brotar. O Wireless foi se tornando mais barato, difundido, e simples de implementar.

Depois de ouvir sobre os projetos e as hipérboles, comecei a notar algumas outras coisas que estavam acontecendo em torno dos pontos-de-acesso sem-fio e de sua implantação. Em agosto de 2002, o Slashdot publicou um texto denominado Starbucks vs Personal Telco Project (PTP), sobre uma batalha que foi silenciosamente travada na Pioneer Square, praça pública localizada em Portland, cidade mais populosa de Oregon (estado localizado na região Noroeste dos EUA). Foi uma luta contra a obstrução do acesso público às redes sem-fio, mais especificamente contra o uso de sinais corporativos para

derrubar nós que permitiam à comunidade o livre acesso à Internet. O PTP (como ficou conhecido o Personal Telco Project) havia duas conexões T1 com roteadores vendidos já configurados para instalação, o que permitia acesso sem-fio gratuito a qualquer um que levasse seu computador até a Pioneer Square.

Poucos meses depois, a Starbucks associou-se com a T-Mobile, oferecendo em sua loja



***Alerting Infrastructure!:* um contador web controla uma furadeira que progressivamente córroi as paredes da instituição cultural em que o trabalho de Jonah Brucker-Cohen está instalado**



acesso via satélite à Internet, que era transmitida pelo sistema Channel 1 dentro do estabelecimento e no entorno, inclusive na Pioneer Square. A conexão, conhecida como Channel 1, tornou-se padrão para a maioria dos consumidores dos cartões de Internet sem-fio. Como resultado, uma vez que o sinal da Starbucks era mais forte e sua velocidade de conexão mais rápida do que o disponibilizado pelo PTP, a rede gratuita que permeava o parque teve que encerrar suas atividades. A luta pela apropriação de espaços públicos por pontos de acesso privados à Internet sem-fio estava em pleno andamento. Em uma visita à sede da NYC Wireless, no ano passado, eu ouvi uma história sobre como a Verizon (uma grande empresa de telecomunicações, sediada em Nova York) tinha começado a colocar pontos de acesso sem-fio de alta potência (EPA) sobre o topo de todas as cabines telefônicas da cidade. Esses pontos cobriam cada bloco da cidade e eram disponíveis somente para os clientes do serviço DSL da Verizon. A NYC Wireless tinha criado um ponto de acesso livre em seu gabinete. Ele se destinava a atingir a rua abaixo, mas o nó colocado pela Verizon sobre o orelhão na esquina interferia em seu sinal. O problema tinha um alcance maior do que eu pensei.

Em 2003, eu comecei a trabalhar em um projeto chamado Wifi-Hog, que foi uma reação direta ao pleito de propriedade que algumas corporações e pessoas haviam proposto, uma espécie de apropriação do espaço público conectado por redes sem-fio. O projeto consistiu em um laptop conectado a um aparelho de contra-espionagem portátil chamado Video Jammer, e alguns circuitos personalizados capazes de estabelecer comunicação com o programa instalado no computador. O software foi criado por um rastreador de pacotes de dado (semelhante ao Carnivore) e um invasor de sinais sem-fio (semelhante ao NetStumbler, programa que facilita encontrar redes abertas); ele monitora pacotes de dados que surgem em pontos-de-acesso abertos. A idéia era permitir apenas o tráfego proveniente do Wifi-Hogger, caso contrário o video jammer seria acionado para bloquear os demais usuários. Como a maioria das redes sem-fio operam com a banda de 2,4 GHz, não-licenciada, não é ilegal interferir neste espectro. Existem mais de 100 sites na Internet que anunciam e vendem aparelhos para congestionar o sinal, de forma que encontrar um foi relativamente fácil.

O Wifi-Hog é uma ferramenta que permite o controle sobre uma determinada rede por alguém que não é seu administrador, e observa especialmente o que acontece quando redes aparentemente abertas,

efetivamente, funcionam de forma exclusiva ou competitiva. Uma vez que estas redes existem como privadas, públicas, ou como serviços corporativos monitorados, também há sempre uma confusão sobre os direitos de propriedade das mesmas em espaços públicos. Por isso, Wifi-Hog propõe-se a reagir à ausência de uma “Política de Uso Aceitável” das redes sem-fio. Apesar da tecnologia móvel ter invadido espaços públicos e privados, trazendo consigo conversas privadas e interações, ainda não surgiu uma fronteira razoável entre o que é considerado ou não como uso aceitável. De certa forma, o Wifi-Hog funciona como mídia tática para o controle e a subversão das solicitações de propriedade e regulamentação sobre os espectros gratuitos das redes sem-fio, permitindo que o controle venha de uma terceira parte.

Conforme os dispositivos móveis e wireless tornaram-se mais ubíquos, os pontos-de-acesso sem-fio gratuitos e públicos espalharam-se rapidamente. Os pontos de conexão sem-fio chamam atenção de possíveis usuários em parques públicos, aeroportos, bibliotecas, escolas e outros locais, em todo o mundo. Além disso, conexões privados não criptografados têm vazado dos prédios comerciais e residenciais nas cidades e áreas rurais. Atividades que exploram e ativamente buscam essas redes começaram a se materializar. Alguns exemplos incluem fenômenos como o WARchalking e o Wardriving (onde você procura por pontos-de-acesso abertos em ruas da cidade e marca com giz os locais identificados) e intervenções artísticas como Noderunner e Can you See me now?, do Blast Theory, que integram jogadores online e na rua por meio de interfaces com conectividade wireless. Conforme as redes cresceram, especialmente nos espaços urbanos densos, sinais de conexões privadas, públicas e comerciais (ou pagos) começaram a interferir uns nos outros. Este espectro sobrecarregado traz cada vez mais perguntas sobre como uma jurisdição de sinal deve ser definida e qual rede tem precedência sobre as demais.

Analisando especificamente pontos-de-acesso sem-fio gratuitos, Wifi-Hog é também uma reação à ocupação dos espaços públicos. Wifi-Hog é uma ferramenta pessoal para permitir tanto a interação privada no espaço público quanto a obstrução social e desconstrução dos recursos compartilhados. A idéia tem alguns precedentes históricos na área de aquisição imobiliária, antes da instauração das leis de zoneamento controladas pelo Estado. Naquela época a terra era um recurso público que tinha que ser regulamentado devido aos abusos e disputas territoriais. Um exemplo deste tipo de disputa territorial ocorreu nos EUA no final do século 19: o Homestead Act, de 1862, uma espécie de lei de assentamento que garantia que terrenos públicos desocupados por cinco anos poderiam ser transferidos para um proprietário, a partir de então reconhecido por lei. Este ato, nos EUA, foi sancionado pelo governo para criar um sistema de bolsas de incentivo a terras assentadas, visando desenvolver o Oeste, então desabitado. Com efeito, a Homestead Act foi uma solução para o problema da região.

Car Phone: ligação telefônica para carro de brinquedo faz papel do controle remoto



O meu objetivo com Wifi-Hog foi estudar o modo como as redes sem-fio poderiam se enquadrar em situação semelhante, já que podem vaziar de um espaço privado a um público. Imagine se você tivesse vivido numa determinada terra por três anos. Ela ainda seria de domínio público, apesar de você ter investido sua vida ali. Imagine se alguém chegasse e cercasse a terra com uma barreira que impedisse você de adentrá-la. Neste caso, você não tem qualquer direito legal sobre a terra, mas ainda assim sente como se ela fosse sua, uma vez que está sob sua custódia por três anos. Este é um cenário estreitamente ligado à premissa do Wifi-Hog, de que uma rede sem-fio pública pode ser parcialmente controlada ou detida por alguém, mas em hipótese alguma pode ser desativada ou controlada. Esse procedimento de contenção poderia, também, permitir a terceiros interferir na rede. O projeto destina-se, assim, a transmitir uma mensagem clara, na tentativa de reivindicar a propriedade sobre um espaço público ao demonstrar que uma rede proprietária pode ser facilmente controlada por outros. Um exemplo de seu uso pode ser para interceptar um sinal corporativo e deixá-lo mais fraco, privilegiando pontos-de-acesso gratuitos existentes no mesmo espaço. Isso significa uma perda de controle por parte dos prestadores de serviços e lança as bases para uma atitude desafiadora na direção de “agarrar a terra” no contexto das redes sem-fio, da mesma forma que os beneficiários do Homestead Act fizeram em sua época.

Desde que o projeto foi introduzido, a maior parte das reações das comunidades de artemídia e comunidades wireless têm sido negativas. A maior parte das objeções deriva de equívocos sobre o intuito do projeto, e como ele foi apresentado. A maioria das pessoas estava aborrecida por eu estar “anunciando” meu aparelho para congestionar sinais como algo que poderia perturbar o andamento de todo o trabalho que já havia sido feito para criar as redes abertas.

**Dispositivo WiFi Hog:
acomplado ao
notebook desbloqueia
redes sem-fio**



O meu foco, num primeiro momento, foi a de refutar o fato de que as conexões sem-fio estavam nos guiando a um mundo “utópico”, onde as redes estariam em qualquer lugar e as pessoas trabalhariam harmoniosamente uns ao lado dos outros. Vejo isso como uma visão simplista, que não consegue perceber os conflitos de propriedade e a complexa integração e utilização das redes sem-fio em espaços públicos. Alguns consideraram que meu projeto criou rupturas nos “nós comunitários” já existentes, tais como o Consume.Net de Londres, ou o NYC Wireless. Isto seria resultado do fato de que eu promovia o desenvolvimento de um instrumento perturbador. Numa discussão na lista da NYC Wireless, foram feitos alguns comentários sobre o projeto, evidentemente, por um usuário anônimo:

“Se eu me lembro como a NYC Wireless, etc começou, o simples ato de criar conexões públicas wireless era pra exercer territorialidade – reivindicando zonas livres de acesso Wi-Fi em parques públicos, e apostando que estes pagariam os prestadores para ter o direito de se localizar lá. Em um grau mais elevado, isto acabou por se revelar uma previsão precisa. Nós estamos também tentando re-contextualizar as redes, enterrando-as em comunidades



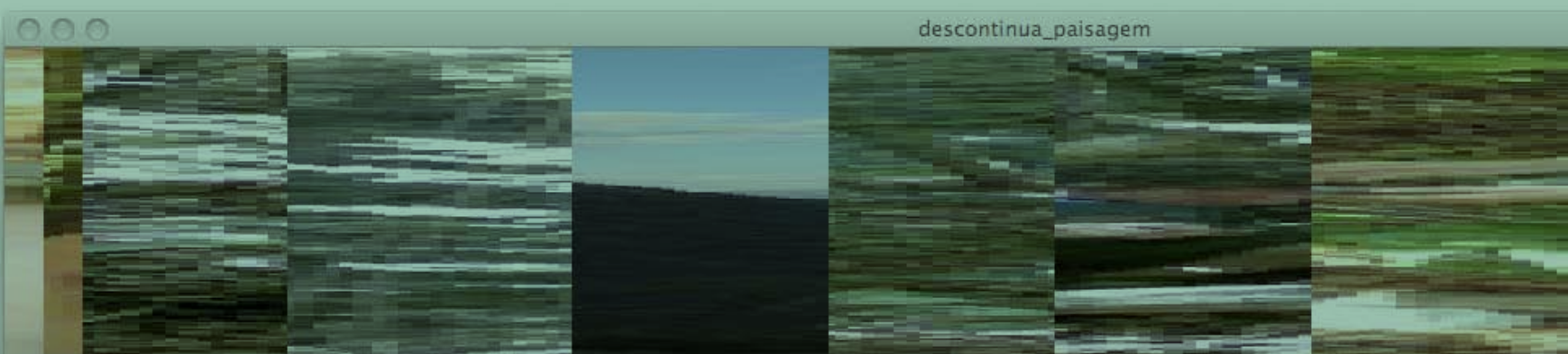
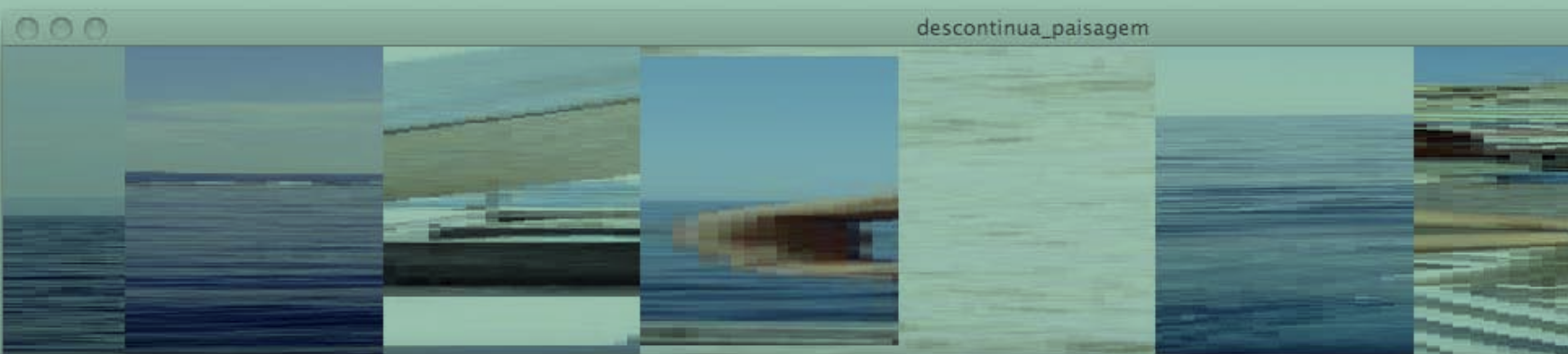
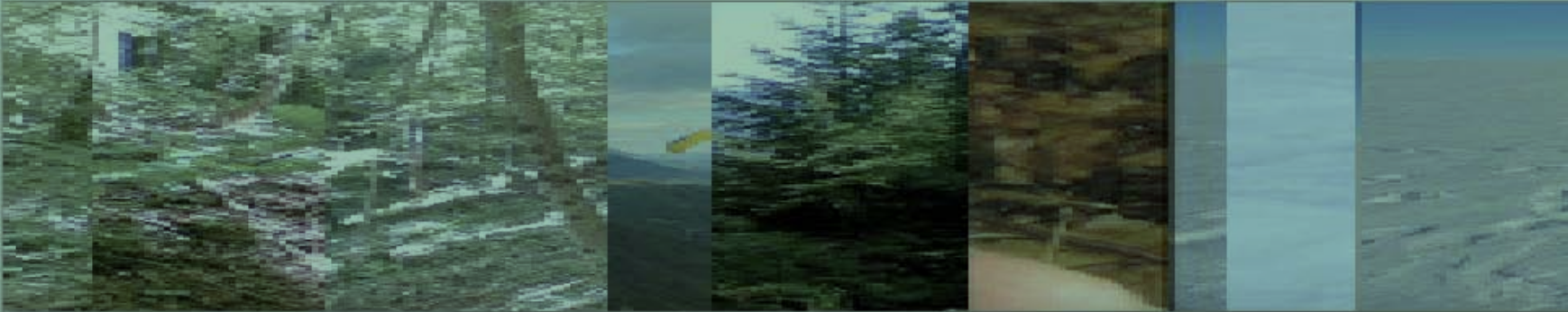
Tela do Software que monitora o *WiFi Hog*

urbanas, ao invés de tê-las num ciberespaço abstrato não geográfico. Tenho de concordar que este projeto não parece ser terrivelmente sofisticado, e é muito reacionário. É uma proposição sim /não, sem qualquer critério de seleção. Você pode muito bem apenas subir a escadaria de manutenção do Bryant Park e ligar/desligar a antena.” (Agosto 2003)

Apesar das reações diversas e confusões em torno do projeto e a sua execução, o problema que ele endereça continua a ser importante. Conforme o espectro superlotado torna-se mais comum nas cidades, o conflito entre os pontos-de-acesso pagos e os gratuitos chegará a um ponto crítico. As empresas terão de fazer valer uma delimitação rigorosa do seu sinal, para que as redes livres não afetem seus modelos de negócio, e vice-versa. Projetos como WiFi Hog são lembretes claros e críticos de que as redes sem-fio ainda são uma tecnologia jovem que desloca fronteiras arquitetônicas e sociais. Esta distinção é importante para o futuro do wireless e das comunidades que apoiam o seu desenvolvimento.

Referências

1. Slashdot, August 2002 <http://yro.slashdot.org/yro/02/08/20/0431202.shtml?tid=98>
2. NYC Wireless <http://www.nycwireless.org>
3. WARchalking (Wireless Access Router) <http://www.warchalking.org>
4. NetStumbler <http://www.netstumbler.com>
5. Noderunner <http://www.noderunner.com>
6. Blast Theory, “Can You See Me Now?,” <http://www.canyouseemenow.co.uk>
7. Carnivore, <http://www.rhizome.org/carnivore>
8. Consume.net <http://www.consume.net>



descontinua_paisagem

Descontinua_Paisagem
by Fernando Velázquez & Juliá Carboneras

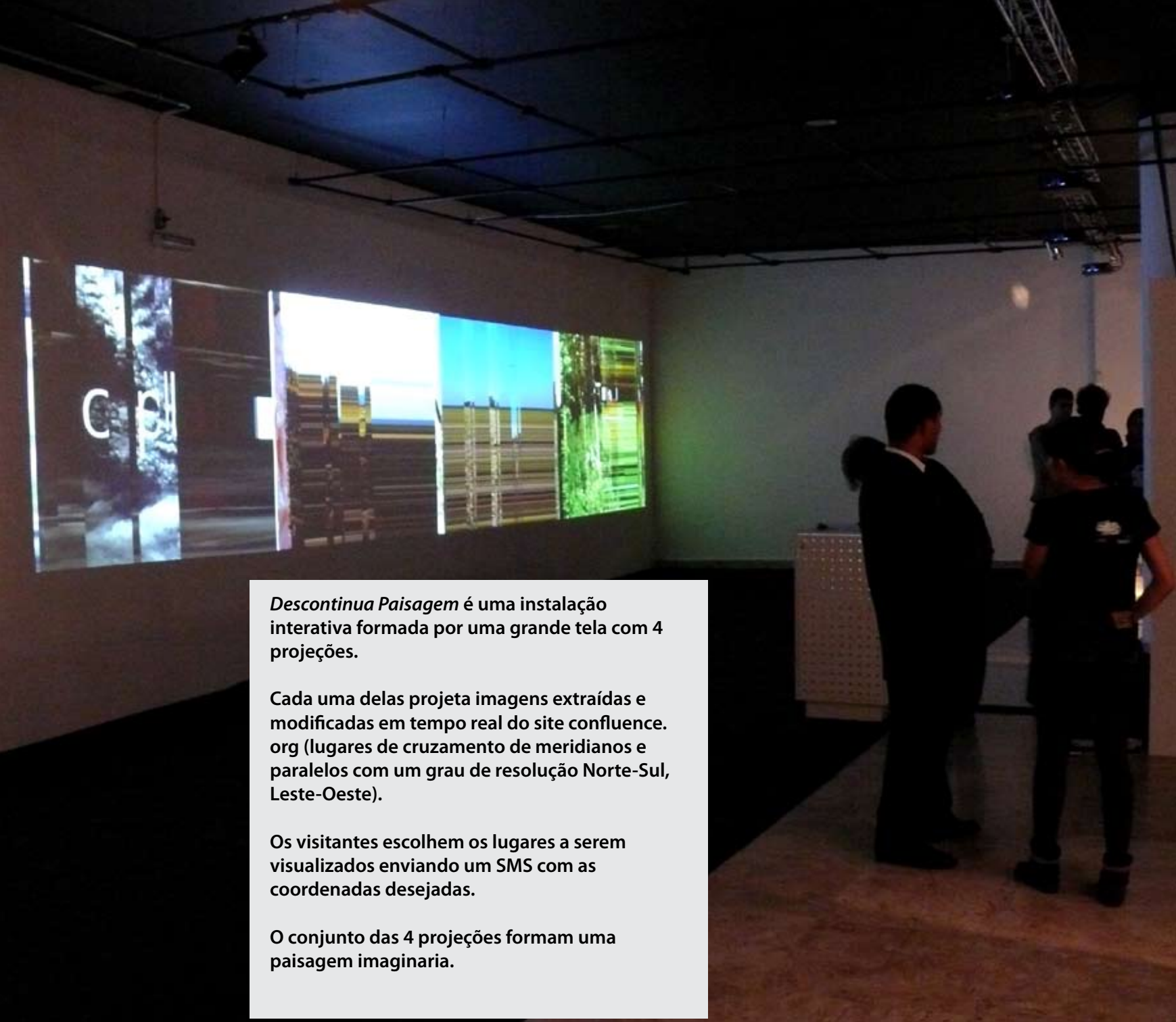
descontinua paisagem

por fernando velázquez
e julia carboneras

0.5 0. 0

metro 2 read stop rate \$1 time \$1

jit.qt.movie 720 240

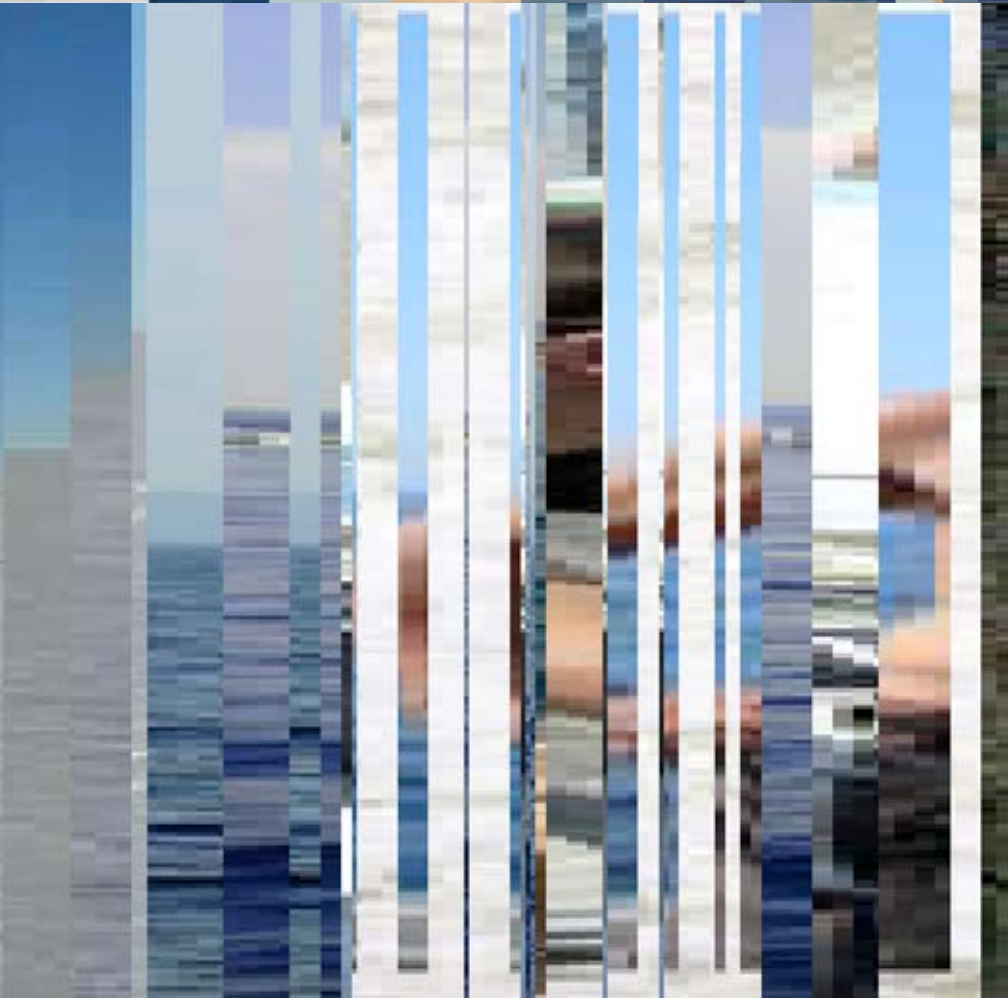


Descontinua Paisagem é uma instalação interativa formada por uma grande tela com 4 projeções.

Cada uma delas projeta imagens extraídas e modificadas em tempo real do site confluence.org (lugares de cruzamento de meridianos e paralelos com um grau de resolução Norte-Sul, Leste-Oeste).

Os visitantes escolhem os lugares a serem visualizados enviando um SMS com as coordenadas desejadas.

O conjunto das 4 projeções formam uma paisagem imaginária.



O site confluence.org promove o mapeamento coletivo da terra convidando as pessoas a dirigir-se aos pontos de encontro entre meridianos e paralelos (munidos de um aparelho de gps) e tirar fotos destes lugares com vista aos pontos cardeais. Os participantes também devem fotografar o GPS como testemunho da sua visita. O site veicula junto as imagens, um texto com o relato do percurso realizado pelo participante até localizar o lugar procurado.

Para interagir com a obra os participantes devem enviar um SMS com as coordenadas do lugar que se pretende visualizar. Por exemplo 19S 45W corresponde a um ponto no interior de Minas Gerais. Para facilitar o entendimento do público se utilizaram prints do mapamundi tamanho A4 e a ajuda dos monitores.

Ao receber o SMS o sistema localiza o cruzamento na base de dados do site e monta uma sequência de imagens que são disponibilizadas na tela. Paralelamente o sistema responde o SMS enviando o relato postado pelos visitantes a dito lugar. 4 participantes podem interagir com a obra ao mesmo tempo.



entrevista com
régine debatty

por marcus bastos

Além do conhecido blog “We-make-money-not-art” quais são os seus projetos? Você poderia apresentar o blog, e eventualmente outros trabalhos ao nosso público e explicar como se relacionam com o universo das mídias móveis/portáteis?

Régine Debatty: We-make-money-not-art é um blog em que eu compartilho com meus leitores aventuras no mundo da arte, da arquitetura, do design crítico e tudo o que der na telha. Começou em 2004, mas era muito diferente naquela época. Eu tinha acabado de descobrir a existência da artemídia, e o blog era uma maneira de arquivar tudo que eu pudesse achar na internet sobre artistas midiáticos. Conforme o tempo foi passando, eu comecei a ser convidada para vários lugares ao redor do mundo. Encontrei com pessoas que só conhecia por meio de seus websites e participei de eventos que antes eu só podia dar uma rápida olhada através da internet. Como resultado, o blog tomou um outro rumo e hoje eu só escrevo sobre trabalhos e eventos que eu tenha visto ou experimentado. Isso provavelmente foi melhor, já que eu tenho que confessar que, quando possuía uma vida de blog 100% virtual, muitas vezes eu esnobei um projeto porque ele parecia bobo numa homepage, e muitos outros que pareciam impressionantes online eram um lixo na vida real. Outro elemento que mudou bastante é que atualmente eu estou escrevendo mais e mais sobre a cultura contemporânea no geral. Depois de algum tempo, eu percebi que a artemídia não poderia ser isolada do seu contexto, que apenas aquilo é arte, e que focando meu blog somente na artemídia eu estaria inserindo ele num gueto. A arte mídia precisa estar lá fora, aceita pelo mundo da arte contemporânea também (embora deva admitir que eu aprecio a atmosfera alegre e descontraída de um evento de artemídia muito mais do que qualquer feira de arte contemporânea de sobancelhas em pé e endinheiradas). **Então, o que estou fazendo além do blog?** Bem, eu gostaria de poder me dar ao luxo de dedicar todo o meu tempo para o blog, mas todo mundo tem que comer e comprar sapatos chiques, né? Eu escrevo para revistas de arte, faço curadorias e, nesse momento, estou envolvida em uma daquelas terríveis consultorias que eu faço uma vez a cada lua cheia para empresas de tecnologia (bom, na verdade, é uma operadora de celular muito famosa). Sempre faço consultoria para esse tipo de pessoas, cansativas. Estou bem à vontade com o mundo da arte, mas com os caras de terno é completamente diferente. Alguns me vêem como uma mulher que será capaz de

we make money not art: o blog se tornou referência obrigatória para quem se interessa por cultura digital

we make money not

art

RESIST



sponsored by:



apontar dois jovens e pobres artistas cujas idéias serão usadas/exploradas para criar o “aplicativo matador”. Sempre leva algum tempo pra convencê-los de que, mesmo que eu fosse esse tipo de messias, as coisas não seriam tão fáceis e suaves como parecem.

A última parte da sua pergunta refere-se à maneira como a minha atividade se relaciona com o universo das mídias móveis/portáteis. Este blog não existiria sem as mídias móveis. Há alguns anos atrás eu não tinha conhecimento da existência das mídias móveis pois estava trabalhando no mundo do cinema e do audiovisual. Eu conheci esse cara, Max, que estava fazendo performances artísticas com celulares. Naquela época eu não tinha idéia de que as pessoas pudessem fazer alguma coisa vagamente criativa com celulares. Comecei a me interessar, fiquei um tempo online procurando outros artistas, designers e hackers que usaram tecnologia de forma inesperada e abri um blog para arquivar meus achados. Não era nada mais do que um arquivo pessoal, um lugar para armazenar as informações que fui recolhendo. Mas as pessoas começaram a ler, e escreviam me linkando aos seus websites. Então, um dia alguém da Nokia entrou em contato e pediu que eu desse um workshop sobre o que os artistas e hackers estavam fazendo. Ele tinha a sensação de que seus colegas (designers, sociólogos, etc) na Nokia precisavam ter outra visão sobre a tecnologia que eles estavam desenvolvendo. A consultoria, na verdade, foi bem, pois todos eram muito curiosos e com uma mente aberta e, melhor de tudo, eles me deram muito dinheiro (ao menos parecia muito para mim naquele momento), então eu decidi que largaria meu emprego para blogar, vivendo o maior tempo possível com o tesouro Nokia. Eu fiz alguns anúncios publicitários e após quatro anos eu ainda estou lá.

A Web 2.0 matou a estrela do jornalismo? Como você vê iniciativas, como a sua e de outros, conforme as informações online ganham credibilidade cada vez maior?

Régine Debatty: Oh, não! Eu não acho que ela matou jornalismo. Eu costumava trabalhar como jornalista e hoje em dia eu também contribuo para revistas de arte. Há apenas duas coisas diferentes que eu acho que caminham de mãos dadas bastante bem. Atualmente, é possível ver alguns jornalistas escrevendo num blog como em jornais diários e blogueiros recebendo oferta de emprego como jornalista.

Provavelmente, a mais valiosa lição que os blogs me deram é que ser pessoal e descontraído não precisa ser uma heresia. Na verdade, quando um editor me pede para escrever uma coluna numa revista, um capítulo para um livro ou um texto para um catálogo, o que eles sempre pedem é: a intimidade, espontaneidade e a voz pessoal que eles escutam no meu blog. Eles não querem o ponto-de-vista do blogueiro, nem querem especialistas ou jornalistas. O que eles pedem é o tom do blogueiro, que também pode ser um especialista na área. Ou muitas vezes é o contrário.

Já se foi o tempo em que acadêmicos, jornalistas e críticos desconfiariam da credibilidade dos blogs (embora recentemente eu tenha tido algumas surpresas). Sim, existem blogueiros que são imprecisos, inescrupulosos e mal-educados. Mas todos nós sabemos que os jornalistas pagos pelo que chamamos em inglês de imprensa marrom não são exatamente profissionais.

A maioria dos blogueiros letrados são conscientes, precisos e incisivos. Eles têm que ser. Existe algo semelhante a uma resenha, que obriga que o blogueiro faça o seu trabalho adequadamente. São os comentários. Se você escrever algo mesmo ligeiramente falacioso, sempre haverá um leitor melhor-informado por aí pronto para ler e muitas vezes corrigir.

Há algo de reconfortante em você pode atualizar um post a qualquer momento, pode ler a história que postou e dizer: "eu tenho o poder de reconstruir você". Você pode alimentar os leitores com mentiras generosas cada manhã, se quiser. Tecnicamente não há nada no sistema de administração de um blog que vai impedi-lo. Mas os leitores não são bobos. Se eles perceberam qualquer falta de respeito ou veracidade eles simplesmente deixarão de visitar seu blog. Sem leitores, um blogueiro é como uma voz no deserto, um estoque de revistas não vendidas.

Agora, para responder sua pergunta sobre o público mais especializado. Não sei. Por um lado é bom ter os dois para comparar. Mas há nuances e eu vou usar dois campos que conheço bastante para ilustrar o meu ponto de vista. Em primeiro lugar, existe o mundo dos produtos de beleza. Eu costumava comprar todas as revistas femininas e ia direto para a sessão de cuidados com a pele. Dois anos atrás eu percebi que tinha parado totalmente de comprá-las. Não porque eu estou envolvida com assuntos mais sérios (lamentavelmente, não), mas porque eu descobri fóruns sobre beleza nos quais as mulheres trocam experiências e opiniões sobre os novos cremes para o rosto. E isso faz uma diferença do tamanho do mundo: nenhuma delas recebeu um pacote gratuito com produtos da empresa para divulgar que estes são os melhores produtos no mercado. Os fóruns podem ser bagunçados mas, Deus!, é tão libertador ler honestidades associadas ao mundo dos cosméticos.

E, naturalmente, outro mundo que conheço muito bem é o da arte. Preciso ter tanto opiniões e visões da revista de arte com página brilhante quanto do blog. Eles podem ser relacionados à mesma abertura mas, freqüentemente, irão oferecer perspectivas diferentes. Eu me sinto mais livre como uma blogueira. Eu escrevo sobre o que eu quero e é isso. Não há qualquer patrocinador que empurra o editor-chefe para divulgar um artigo sobre certo artista ou evento.

Entretanto, eu tenho uma quedinha por papel. Talvez parte da razão para isso é que eu sou um pouco velha para me acostumar a ler escritos fluviais numa tela luminosa. Mas eu também amo escutar o som das páginas se eu as virar



Debatty: *blogger em tempos das celebridades instantâneas web*

apressadamente, amo rabiscos nas margens, marcação de cantos, adoro arquivar revistas por cor e eu gosto dos espaços livres e renovados que elas deixam quando eu finalmente resolvo jogar uma pilha toda fora, eu gosto da tipografia criativa, imagens bonitas espalhadas em duas páginas, eu amo tocar na superfície do papel cheirando a novo tópico assim que eu abro. E o melhor de tudo, eu posso matar mosquitos com as revistas. Você pode fazer isso com seu laptop também, mas eu não consideraria muito inteligente.

Sinto-me mais uma estrela como jornalista do que como blogueira. Começa com as pequenas coisas que fazem a sua vida mais fácil. Por exemplo, eu não consigo contar o número de vezes que eu cheguei à cabine de credenciamento de um evento e me apresentei como a editora do blog “We-make-money-not-art” e fui olhada com compaixão porque “blogueiros, desculpe madame, mas blogueiros não contam como imprensa então você deveria pegar aquela fila ali, como os demais visitantes, obrigada madame”. Apenas depois disso eu iria desencadear meu plano B e casualmente mencionar que eu também tenho uma coluna na revista chique British art magazine e, abracadabra, eu irei receber o tratamento do tapete vermelho. Essa é a maneira como as coisas são atualmente, especialmente na Europa. Não importa a quantidade e qualidade da audiência que lê você em um meio ou outro.

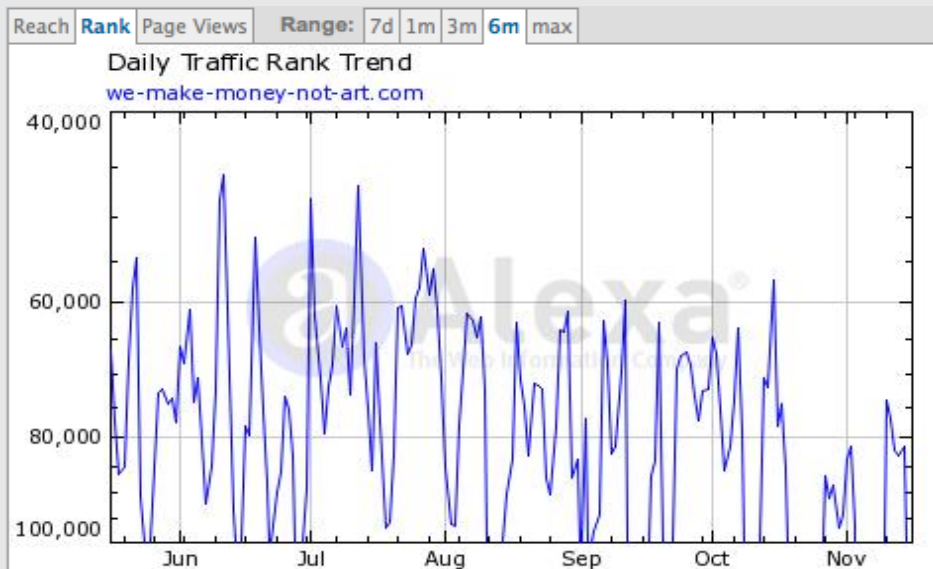
Da perspectiva de curadora e crítica, como você vê a arte feita com tecnologias desenvolvidas por corporações? É possível ser crítico nesse contexto? Como?

Régine Debatty: Sim, sim e sim. Não tenho certeza sobre que tipo de trabalho você está se referindo exatamente. Você fala daqueles artistas que fazem performances comissionadas ou performances de grandes corporações? Já vi alguns deles irem no fluxo, fazer exatamente o que foi pedido e manter a sua integridade. Com o dinheiro que conseguiram, aí sim eles irão fazer algo que seja significativo para eles. Isso é OK, para mim. Em muitos casos, alguns artistas tentam gentilmente subverter o trabalho comissionado e são criticados.

Se você está falando de artistas que usam um dispositivo ou tecnologia feita por uma corporação para seus próprios propósitos, eu não vejo o que pode afastar o artista de ser crítico de qualquer forma. É verdade que essas tecnologias vem atreladas a uma agenda, mas também é verdade que os artistas tem maneiras de jogar fora o manual de instrução e propor algo novo para a mesma tecnologia.

Você passou do documentário ao blog. Como você vê a maneira imediata (mais concisa) como se produz informação para web, quando comparada à outra mídia (supostamente mais “densa”)? Quais os prós e contras de ambos, no seu ponto-de-vista?

Régine Debatty: Escrever para a página impressa (ou fazer um documentário) vem com um ritmo diferente. Eu costumava curtir o imediatismo dos blogs, a possibilidade de publicar em tempo real. Isso não pode acontecer com uma revista, eu vou visitar uma exposição e minha resenha será publicada somente três meses depois. Eu tive que aprender a confiar mais no prazer do frescor, de seguir meu ritmo, adotar um ritmo mais equilibrado e implementar estratégias que faria o fato de publicar um



Tráfego do we make money not art, conforme aferido pelo Alexia.com

amo nos blogs é a permissão de cometer erros (os leitores irão me corrigir imediatamente), eu posso publicar imagens ruins que fiz de uma instalação (ao invés de esperar dias para receber imagens da imprensa, e essas não serem o que eu imaginava) e os leitores não irão reclamar. Você tem direito a mais flexibilidade em um blog.

Você viaja muito e escreve sobre muitas coisas que estão acontecendo no cenário da arte contemporânea. Quais artistas/projetos você incluiria numa exposição dos sonhos (sem limites de verba, lugar da sua escolha, etc), se fosse chamada para ser curadora? Porque?

Régine Debatty: Eu selecionaria artistas que tenham propostas ativistas. Eu sou muito cínica com artistas que acreditam que irão mudar o mundo por mostrar uma peça crítica numa galeria de arte onde só entram certas pessoas. Eu acredito que artistas que estejam engajados diretamente com o público, seja ali mesmo na rua ou via ações online escandalosas, têm chance de fazer as pessoas pararem e refletirem. E, claro, quando eu tenho que pensar nisso desse jeito, rapidamente, nomes aparecem na minha cabeça, mas talvez não aqueles que eu selecionaria após um longo período de preparação.

Trevor Paglen, porque ele é carismático e seus livros e conferências são atraentes para a esfera da arte, dos ativistas, dos geógrafos... até mesmo para meu pai, que não dá a mínima para arte ou ativismo. Além dos seus livros e exposições, ele também tem grandes idéias que levam seu trabalho para a rua.

O Paglen do projeto "CIA Rendition Flights 2001-2006", que explora a prática da performance de forma extraordinária. John Emerson (outro artista e ativista genial) desenhou um mapa que visualiza os movimentos da nave pertencente e operada pela CIA, com o intuito de revelar seus relacionamentos

texto um mês após ocorrido o evento merecedor de leitura. Por outro lado, eu me pergunto se eu alguma vez me acostumarei com o fato do papel não me permitir hiperlinks que levam ao website dos artistas, ou pra novos termos e eventos. Eu continuo lendo que a tecnologia que permite isso será parte, ou uma parcela, da nossa vida diária em breve (e fora de Tóquio), mas eu sou impaciente. Eu não consigo esperar para ver o dia que eu serei capaz de clicar numa revista de papel para checar como a wikipedia define termos obscuros da arte que os jornalistas continuam atirando na minha ignorância.

Dito isto, eu tenho mais cuidado ao escrever para o meu blog e muitas vezes consome muito mais do que escrever para uma revista. O que eu mais



Santiago Cirugeda: Construye tu casa en una azotea

que vêm sendo forjados entre os EUA e outros países, em nome da “guerra contra o terror”. Em 2006, Emerson e Paglen instalaram um enorme painel que mostra o mapa dos vôos da rendição do 6150 no Wilshire Boulevard, em Los Angeles.

Santiago Cirugeda. Porque sua cidade natal nunca o permitiria construir um parque, Santiago Cirugeda obteve a permissão para manipulação de entulho, e instalou um parque que deveria parecer entulho. Ele também construiu e ocupou um guindaste, e os transeuntes achavam que estava lá somente para mover materiais de construção. No YouTube, tem um vídeo no qual o arquiteto usa Playmobil para demonstrar como construir um flat temporário num guindaste. A solução que ele propõe é barata, rápida e acessível a qualquer pessoa, e o ingrediente principal é achar os buracos na estrutura administrativa e procedimentos oficiais para intervir quando alguém vier com a lei. A equipe de Santiago pode, inclusive, oferecer consultoria gratuita (como as cervejas) em assuntos técnicos e legais.

Santiago tem sido rotulado muitas vezes como “arquiteto guerrilheiro”, “artista subversivo”. No entanto, seu método e processo envolve também ter se tornado um expert em leis. Ele mora em Sevilha, Espanha, e acredita no poder das ações locais. O que eu acredito é que se ele não estivesse nem aí, ele poderia virar um destes arquitetos-estrela que adoram sair na capa de revistas com papel brilhante.

Otto von Busch é artista, crítico teórico da moda, herege da alta costura. Tem postura crítica e política sobre design e moda, particularmente sobre o sistema e suas redes. Através de workshops e da distribuição de livretos gratuitos, ele demonstra de uma forma muito acessível como alterar ou reformar o sistema operante da modernidade e os modos de produção industrial.

O grupo Bijari que salta alegremente de trabalhos corporativos para intervenções na rua. Adoro sua leveza e senso de humor. Natalie Jeremijenko constrói pontes entre os mundos e técnicas da arte como ninguém mais. É uma artista, mas também uma engenheira. Sua formação inclui bioquímica, física, neurociência e mecânica de precisão. Ela tem filhos, leva cães robóticos para farejar vestígios de contaminação em parques públicos, deixa solto gansos robóticos ativados por controle remoto e planta árvores geneticamente idênticas para nos fazer refletir sobre o impacto que tecno-mudanças sociais têm sobre o mundo em que vivemos.

O trabalho de Brooke Singer dilui as fronteiras entre ciência, tecnologia, política e práticas artísticas. Ela trabalha com mídias para oferecer entrada em questões sociais importantes, que muitas vezes se caracterizam como especializadas ou opacas para o público geral. Ela mostrou os perigos potenciais da tecnologia RFID, bem antes que eu soubesse de sua existência.

Santiago Sierra. Eu o deixaria propor qualquer trabalho que ele quisesse. Exceto sua mais recente série de fotos de merda. Eu gosto da maneira como suas intervenções te dão um soco no estomago tão forte que fica praticamente impossível ignorar o que ele está tentando dizer.

Todos estes artistas não pregam, não julgam, eles estabeleceram para si próprios a missão de nos fornecer ferramentas para termos nosso destino em nossas próprias mãos. Além de existir beleza e elegância naquilo que criam.

Há, naturalmente, muitos outros artistas que eu adoraria acrescentar à lista. Mas eu vou finalizar com três nomes, nenhum deles está fazendo algo ativista, mas não consigo resistir a sedução da sua arte.

Natalie Djurberg, ela cria as mais cruéis e maravilhosamente sexy animações de argila que eu já vi. Marcel Dzama mistura contos de fada com terrorismo, era nostálgica do jazz, perversão sexual e crueldade. O trabalho de Gabriela Fridriksdóttir é misterioso e poético. Sombrio e fascinante também.



Dispositivo criado pelo Preemptive Media para medir a poluição atmosférica. O grupo, formado por Brooke Singer, Beatriz Costa e Jamie Schultz mistura arte, ativismo e ciência em seus trabalhos



Can You See Me Now? é um jogo de perseguição em realidade mista criado pelo grupo britânico Blast Theory. As partidas acontecem em tempo real, durante um período de tempo determinado, numa área previamente estabelecida de uma cidade e simultaneamente num ambiente virtual online conectado a suas ruas por meio de tecnologias de geolocalização. Na terceira edição do Vivo arte.mov, o game locativo, que já foi premiado com o Golden Nica de Arte Interativa no Prêmio Ars Electronica de 2003, será recriado em versão especialmente realizada no bairro de Santa Teresa, em Belo Horizonte.

Durante três dias, o público da cidade poderá participar do jogo ou assisti-lo. Em *Can You See Me Now?*, uma interface que combina palm e GPS é usada por corredores que coletam informações para orientá-los enquanto se deslocam pelas ruas do bairro. Ao mesmo tempo, outro grupo está em três terminais na Internet, perseguindo-os conforme navega pelo mundo virtual. A conversa de ambos os grupos pode ser ouvida mutuamente, por meio de walkie-talkies que funcionam como túneis de áudio entre a realidade física e a virtual.

Um aspecto de *CYSMN?* destacado pelo próprio Blast Theory é a inserção num contexto crescente ubiqüidade que aparelhos portáteis possibilitam, e que resulta numa democratização da tecnologia mais ampla que a oferecida pelos computadores pessoais. O grupo diz-se fascinado pela penetração dos telefones celulares entre os usuários pobres, os residentes na zona rural, e os jovens, entre outras camadas excluídas do consumo de tecnologias anteriores ao surgimento de aparelhos mais baratos que os PCs e igualmente multifuncionais, especialmente quando se leva em conta que muito do que é

possível num computador também pode ser feito em portáteis com a vantagem da mobilidade.

É exatamente esse aspecto do jogo que deve ser valorizado na versão em Belo Horizonte. O bairro de Santa Tereza é conhecido pela vida cultural e por preservar características que remetem ao anos 1960, apesar do aumento de violência na região e da gradual substituição das casas que predominavam na região por prédios baixos. Além disso, a história do bairro remete aos cruzamentos entre espaços: Santa Tereza é um bairro em que se fixaram muitos dos imigrantes que chegaram a Belo Horizonte. Uma das características da realidade mista é justamente a de permitir a convivência remota entre espaços distantes, num procedimento que pode ser entendido como uma espécie de migração sem trânsito real. Assim o passado de convergência entre culturas em função da migração funciona como uma espécie de memória avant la lettre do cruzamento entre espaços, típico das situações em que as redes de computador sobrepõem-se ao espaço urbano



O Bar *Sobrado*, na esquina das ruas Mármore e Adamina, funcionou como base para o desenvolvimento da versão de *CSYMN?* em Belo Horizonte. Na foto, integrantes do Blast Theory testam a conexão e fazem os últimos preparativos: ao fundo, de camiseta verde, Ju Row Farr e Dick Eton; nos computadores da direita, do fundo para a frente, Simon Johson, John Bowers e Kirsten Engelman conferem os equipamentos que serão usados pelos jogadores online. O espaço também funcionou como ponto-de-encontro durante os preparativos do *Arte Mov*: enquanto o Blast acerta os detalhes finais, Jonah Brucker-Cohen e Fernando Llanos checam seus e-mails nos computadores do lado esquerdo da bancada





Casa cheia: jogadores *online* fogem dos corredores do Blast Theory. A sensação de realidade mista é acentuada pelo fato dos jogadores na rua estarem visíveis para quem olha pela janela do *Sobrado*, em efeito que adiciona uma camada visual inesperada ao stream de áudio que coloca as vozes dos jogadores na sala aumentando o efeito de convivência ao fornecer um elemento de concretude ao espaço online 3-D em que os jogadores online se movimentam.



Cenário virtual: à esquerda, Erick Ricco fotografa o bairro de Santa Tereza para auxiliar a construção do ambiente 3-D criado para o jogo.



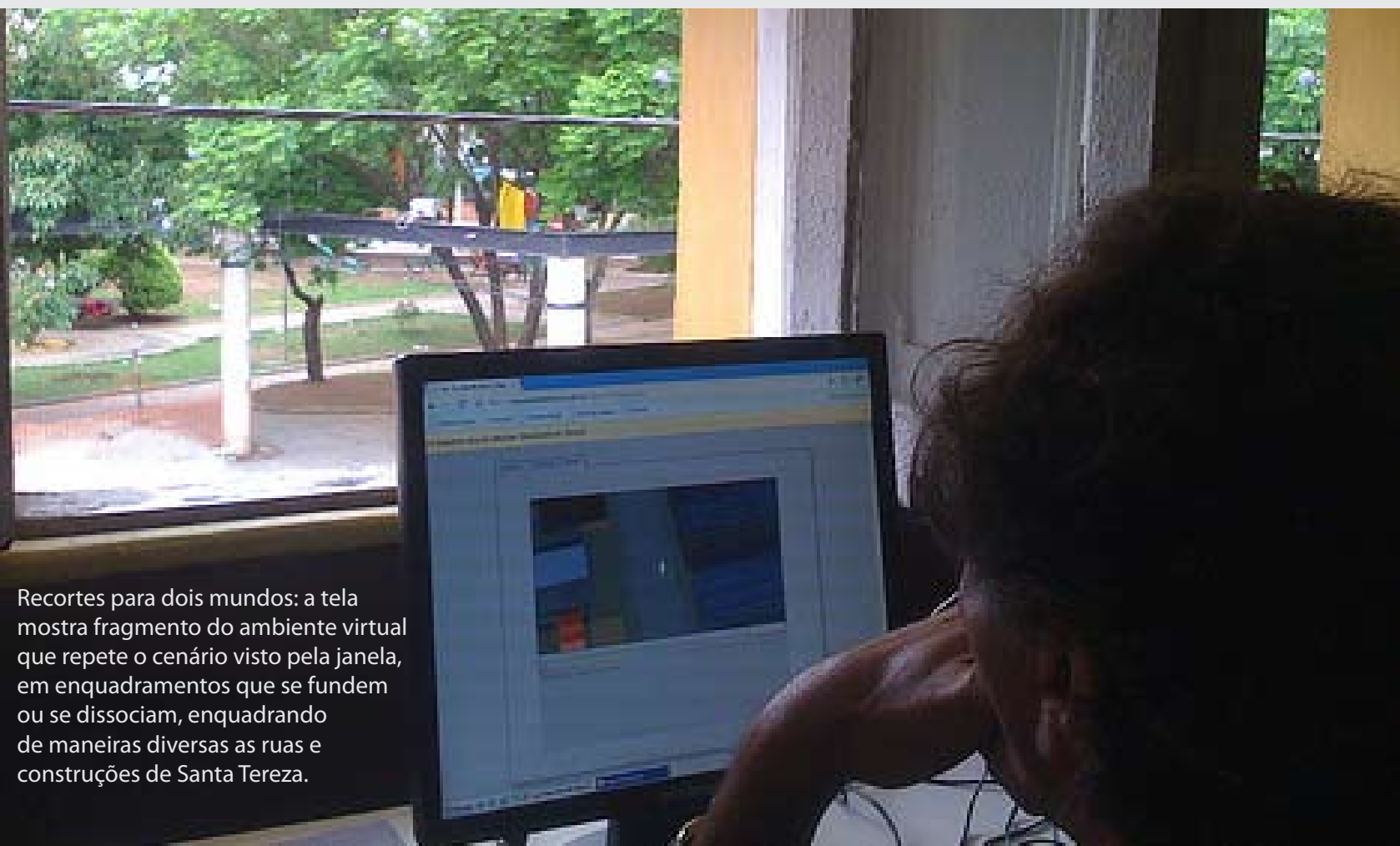
Cenários urbanos: no alto à direita e na foto acima, fachadas de edifícios típicos do bairro de Santa Tereza.

Próxima de uma escola de primeiro grau, a base de *CYSMN?* atraiu a curiosidade de seus alunos, frequentadores assíduos do lugar durante os três dias de jogo





Convivências não-verbais: os jogadores do Blast Theory chamaram atenção dos transeuntes, com suas roupas especiais e montes de equipamentos; a barreira da língua não impediu as conversas com curiosos que os abordavam especialmente enquanto andavam pela Praça Duque de Caxias.



Recortes para dois mundos: a tela mostra fragmento do ambiente virtual que repete o cenário visto pela janela, em enquadramentos que se fundem ou se dissociam, enquadrando de maneiras diversas as ruas e construções de Santa Tereza.

Pensar o Espaço

A existência do ser humano implica sua colocação no espaço – seja sua existência material, seja imaginária.

Mas o que é, em síntese, o espaço? Uma das melhores sistematizações desse conceito é do geógrafo Milton Santos, quando o define pela relação dos sistemas de objetos e dos sistemas de ações, sendo seus dois elementos fundamentais os fixos e os fluxos. A apreensão desses elementos envolve características intelectuais, culturais e sensoriais, que, por sua vez, alteram-se em predominância e intensidade dependendo da situação.

A apreensão dos elementos espaciais do recinto onde lemos este artigo envolve sistemas de objetos e ações distintos daqueles que configuram nossos sonhos. Não existe, portanto, um espaço ontológico, universal, mas sim diferentes espaços que são determinados pelas qualidades de seus fluxos e fixos que apreendemos sensorial e intelectualmente.

O que pretendo aqui é discutir como as ampliações tecnológicas dos nossos sentidos interferem na apreensão espacial desse universo plurissensório e plurissígnico que são as cidades. Para isso, me basearei no projeto I0_dencies, do grupo Knowbotic Research, com o qual me envolvi desde o seu início, que toma como desafio justamente o a construção de um filtro sensorial e intelectual do que apreendemos e como entendemos o espaço urbano.

Espaço e a linguagem

Um dos pioneiros a estudar sistematicamente como as diferenças culturais são responsáveis pela forma como sentimos e apreendemos o espaço foi Edward Hall. Ele chamou a atenção para a construção cultural de filtros seletivos (2), que determinam as sensações que serão apreendidas e as que serão descartadas. O que é filtrado cria o que aceitamos como o nosso espaço. Essa forma de construção cultural do espaço abrange de um lado os estímulos externos, e de outro os dados biológicos e os valores culturais dos indivíduos ou grupos. E, também, a forma como apreendemos o espaço determina parte do nosso Eu psicológico.

Mas lembro que o processo de conhecimento de qualquer fenômeno passa necessariamente por sua organização em linguagem. No caso do espaço, têm prioridade as linguagens não-verbais. Temos assim que o espaço é apreendido através de filtros culturais; e que tais filtros são construídos pelas linguagens.

A linguagem, por ser matriz intelectual descolada da natureza e da materialidade dos fenômenos, é em certa medida redutora da integralidade dos fenômenos; mas, em contrapartida, cria estruturas de pensamento que possibilitam investigação e conhecimento que, ao partirem de um certo fenômeno, podem ser estendidas a outros similares.

O mundo é sempre apreendido pelos nossos aparelhos sensórios ou por suas extensões tecnológicas. O próprio Edward Hall dá como exemplo uma pessoa cega, que apreende o espaço com 4 sentidos, num raio limitado; mas alguém que pode usar a visão amplia esse raio até ver as estrelas. Flaubert já escrevera que quanto mais potente fosse o telescópio, mais estrelas existiriam. Portanto, a mediação tecnológica (onde entra também diferentes formas de linguagem) está intimamente ligada à nossa capacidade de apreensão espacial, além de poder transformar nossas formas de sentir, nos localizar e entender o espaço.

Espaço e tecnologia

Muito vem sendo discutido sobre as transformações das qualidades espaciais resultantes de mudanças nas extensões tecnológicas do homem. A informática, principalmente com as tecnologias do virtual, é um potente instrumento dessas mudanças (3).

As transformações em como apreendemos os espaços virtuais, e as sensações que eles nos trazem, apontam para uma mudança radical no que entendemos por espaço no mundo moderno. Isso se dá também nas cidades sem que a grande maioria dos urbanistas e dos arquitetos as percebam.

Assim, as mudanças em como apreendemos o espaço a partir das tecnologias digitais têm dois caminhos.

O primeiro é epistemológico, buscando entender como a imersão em ambientes virtuais resulta em alterações na percepção espacial quando estamos dentro desse universo. Universo que possui fluxos e fixos próprios e exclusivos.

Mas há este outro, que é o terreno onde universos tecnológicos distintos se imbricam, onde não nos é permitido separar distintos sistemas de objetos, de ações, tecnologias ou linguagens. É onde podemos encontrar duas matrizes espaciais em diálogo e mesmo se alterando reciprocamente. É quando as cidades pedestre, automotora, televisa e digital tecem redes embaralhadas e por vezes conflituosas.

São nessas tramas informacionais que costuram as cidades contemporâneas que os urbanistas se perdem. Mas é justamente a partir dessa trama que serão construídos os filtros culturais que comporão nossa experiência espacial num futuro próximo.

A nossa apreensão do espaço implica na inclusão de nossos 5 sentidos e, há séculos, de nossas extensões tecnológicas. Operamos incessantemente num terreno onde trafegam e se misturam diferentes sistemas de signos. Esses diálogos entre linguagens são feitos através das interfaces. Assim, as interfaces não devem ser vistas como a película limítrofe entre pretendidas especificidades de cada mundo (os objetos/fenômenos e seus signos), mas, como sugeriu Siegfried Zielinki (4), ver as interfaces como instrumentos e modelos conceituais com os quais se possa operar através desses universos de linguagens diferenciadas.

Esse conceito é marcante nos trabalhos do grupo Knowbotic Research, que envolvem tecnologia, arte, arquitetura e ciência, e se fazem na região sob tensão criativa onde se interpenetram os espaços informacionais e geográficos. O instrumento e o conceito de interface são os knowbots. Os knowbots, para o grupo, são corpos de conhecimento, são agentes que transitam entre o território material e o território informacional, contaminando um com o outro, e requalificando a ambos.

Os trabalhos do Knowbotic resultam sempre na construção de ambientes tecnológicos interativos centrados nas relações entre os usuários e o ambiente mediadas por máquinas inteligentes, como computadores e outros dispositivos eletrônicos. As ações dos usuários refletem-se no conjunto ambiental, assim como as próprias modificações do ambiente modificam a apreensão espacial do usuário.

Maquínico urbano: IO_dencies

Os trabalhos do Knowbotic ganharam complexidade e novos desafios conceituais, artísticos e tecnológicos quando passaram a focalizar as cidades, buscando discutir o que chamam da “noção tecnológica da urbanidade” (5).

As cidades são vistas a partir do conceito do maquínico, de Félix Guattari, para quem a idéia de máquina descola-se da visão mecanicista, atrelada à materialidade de instrumentos tecnológicos, para se colocar na “ordem do saber e não do fazer” (6) A máquina como uma mediação criativa entre o homem e o meio-ambiente. O maquínico é assim um sistema de “agenciamento” de possíveis, um campo de virtualidades. Guattari exemplifica que um amontoado de pedras é tão somente um amontoado de pedras, enquanto um muro já é uma proto-máquina, pois tem “polaridades virtuais”, como dentro e fora, alto e baixo (7).

**Dialogue with Knowbotic
South: paisagem de dados
construída com informações
sobre a Antártida**



Lembro-me de um diálogo entre Marco Polo e o Grão Cã, em Cidades Invisíveis, de Italo Calvino:

“Marco Polo descreve uma ponte, pedra por pedra.

– Mas qual é a pedra que sustenta a ponte? – pergunta Kublai Khan.

– A ponte não é sustentada por esta ou aquela pedra – responde Marco -, mas pela curva do arco que estas formam.

Kublai Khan permanece em silêncio, refletindo. Depois acrescenta:

– Por que falar das pedras? Só o arco me interessa.

Polo responde:

– Sem pedras, o arco não existe” (8)

A ponte seria uma proto-máquina para Guattari, que identifica algumas delas, como as máquinas capitalistas, as musicais, as plásticas, as religiosas e as “mega-máquinas urbanas”. Aqui me lembro de Lucrecia Ferrara (9), para

quem as cidades, essas “mega-máquinas urbanas”, são elas mesmas sempre frutos de processos de linguagem, de representações de um universo mais abrangente que ela mesma.

Esses instrumentos tecnológicos não mudam apenas como representamos os espaços, mas alteram completamente o que denominamos espaço. Por séculos vemos a visão e suas representações características como privilegiadas na apreensão espacial. Christian Huebler, do Knowbotic, sempre ressaltou que a proposta do grupo é justamente trocar a visibilidade pela presença. Os meios digitais não serviriam para ver ou representar imagetivamente a cidade, mas para que as pessoas, através de interfaces informacionais, marcassem sua presença nesse agenciamento de signos urbanos.

Interessado nas possibilidades artísticas dos meios eletrônicos, sempre valorizando a criação de agentes inteligentes que consigam trafegar em ambientes matizados por distintas linguagens, o grupo Knowbotic Research iniciou seu projeto I0_dencies (10) focalizando grandes centros urbanos: Tóquio, São Paulo, Veneza, etc.

I0_dencies: São Paulo

As cidades são analisadas pelo Knowbotic Research como máquinas urbanas, com a presença crescente de agentes midiáticos dinamizando-as – mas que são normalmente desconsiderados das representações urbanas.

Essas representações foram trabalhadas infograficamente, construindo um ambiente digital dinâmico. Para início da construção do campo digital, arquitetos e urbanistas em São Paulo alimentaram o banco de dados com fotografias, desenhos, vídeos, sons, pequenos textos teóricos ou poéticos que lhes representasse fragmentos da cidade. A cada um desses elementos os editores ligavam palavras-chave, dispostas no campo visual, a tela do computador, e que, acessadas, traziam as imagens, sons e textos. O posicionamento e movimento dessas palavras na tela podiam ser feitos por todos os editores e os interessados, via Internet. Algoritmos calculavam quantidade de vezes que cada palavra era acessada, direção que era movimentada, proximidade a outras palavras, e transformavam esses cálculos em campos de força e fluxos, que começavam a atuar como agentes intrínsecos ao sistema, os knowbots. [figura 1]

Nesse ambiente digital, disponibilizado na Internet, os usuários de qualquer parte do mundo que estivessem em rede podiam visualizar os fluxos urbanos e também posicionar pólos de atração que modificassem sua trajetória, além de redirecioná-los, ao interferir diretamente nos vetores. O movimento dos fluxos dependia da presença ativa de operadores dos signos gráficos.

O sistema tecnológico de I0_dencies permitiria ainda que o que é próprio ao território digital das cidades fizesse realmente parte do trabalho. Dados de trânsito aéreo, controles de tráfego viário,

ondas de rádio e televisão, chamadas telefônicas e fluxos de informações financeiras dinamizam cotidianamente a cidade, fazendo parte do território digital. É justamente por trabalhar com o mesmo substrato tecnológico e informacional que o projeto I0_dencies poderia incorporar esses dados como seus agentes no processo de agenciamento urbano. Conviveriam então dados que passaram pela leitura dos editores, envolvendo outras formas tecnológicas de apreensão e compreensão urbana (fotos, textos), com dados informacionais próprios ao território digital urbano que foge às representações tradicionais das cidades. O território de I0_dencies tornaria possíveis agenciamentos informacionais das matrizes espaciais próprias às cidades contemporâneas.

Para as exposições em galerias e festivais, foi concebido um campo magnético correspondente ao campo digital criado na Internet, com magnetos correspondendo aos agentes digitais e os movimentos dos usuários, aos fluxos informacionais. Assim, agentes digitais e magnetos se influenciariam reciprocamente, fazendo com que, na instalação, uma pessoa que estivesse manipulando um magneto sentisse fisicamente as atrações e repulsas magnéticas originadas pelos atratores manipulados no campo digital, mas pudesse reagir tentando mudá-las através da ação sobre os magnetos. Esses movimentos estariam respondendo e influenciando o agenciamento no campo digital; e vice-versa. A interação em I0_dencies São Paulo criava um território topológico envolvendo signos de diferentes linguagens. [figuras 2, 3 e 4]

O agenciamento informacional do I0_dencies São Paulo tendia a ser uma metáfora do agenciamento urbano da cidade real. As metáforas são próprias às artes e têm poderes reveladores de relações entre linguagens por vezes não apreendidas na análise racional das informações.

Esse projeto mostra que a linguagem, sendo o modo de organizar e manipular signos, pode ser vista como território informacional. Assim, se a linguagem se transforma, esses territórios também o fazem – já que as idéias que se têm deles devem ser transformadas. Falar de cidades digitais como uma dimensão suplementar às cidades reais é tentar a impossível separação entre sociedade e tecnologia. Ora, elas são interdependentes e se formam reciprocamente.

Claro que continuaremos a caminhar, morar e andar de carro nas cidades. Portanto, ela será sempre um palimpsesto tecnológico nunca permitindo sua compreensão pela seleção de um único sistema ou linguagem – por mais estimulante que seja.

Apesar de alguns questionamentos que vêm sendo levantados a este projeto do grupo Knowbotic Research, principalmente por urbanistas, arquitetos, historiadores e sociólogos brasileiros, que se dispuseram a conversar longamente com o grupo sobre o projeto (longe dos seminários envolvendo apenas artistas ligados às maravilhas tecnológicas), o projeto I0_dencies é uma das mais inquietantes e profícuas oportunidades para se pensar o espaço tecnológico.

Notas

- 1 Este artigo é baseado em dois livros do autor: 1. DUARTE, Fábio. Crise das matrizes espaciais: arquitetura, cidades, geopolítica e tecnocultura. São Paulo, Perspectiva, 2002.; 2. DUARTE, Fábio. Arquitetura e tecnologias de informação. São Paulo / Campinas, Annablume/Unicamp, reeditado em 2003.
- 2 HALL, Edward. The hidden dimension. Winchester, Allen & Unwin, 1969, p. 2.
- 3 ver, por exemplo, Marcos Novak <www.aud.ucla.edu/~marcos> e conjunto de obras em Arquitetura Virtual <www.asa-art.com/virtus.htm> e Centre for Virtual Architecture <www.ap.buffalo.edu/cva>.
- 4 ZIELINKI, Siegfried. "Paris revue virtuelle" in www.khm.de/~mem_brane/Forum/Phil/Paris.html, 1995.
- 5 Knowbotic Research, "Questioning urbanity" in www.khm.de/people/krcf, 1997.
- 6 GUATTARI, Félix. Chaosmose, Paris, Galilée, 1992, p. 53.
- 7 Idem, ibidem, p. 65
- 8 CALVINO, Italo. Cidades invisíveis. São Paulo, Cia das Letras, 1991, p. 79
- 9 FERRARA, Lucrecia. "Arquitetura e linguagem: investigação contínua" in OLIVEIRA, A.C e FECHINE, Y. (orgs.) Visualidade, urbanidade, intertextualidade. São Paulo, Hacker, 1998.
- 10 Para toda a série de projetos, ver www.krcf.org/krcfhome/10DENS_SAOPAULO/110dencies.htm.



cidade e mobilidade

por andré lemos

A evolução das cidades ocorreu pela constituição de diversas formas de mobilidade por redes materiais e espirituais como definiu Saint Simon no século XIX (Musso, 1997; 2003). Trata-se de mobilidade por redes de transporte (de matéria e corpos em movimento), por redes de comunicação (difundindo para lá e para cá informações sobre os mais diversos formatos: cartas, telégrafo, telefone, televisão, rádio), mobilidade dos fluxos financeiros (vistos por Saint Simon como uma “seiva” que alimentaria o organismo-rede das cidades). As cidades e os processos midiáticos que lhes são correlatos e estruturantes, como o jornalismo e depois as mídias audiovisuais, são desde sempre fluxo, troca, deslocamento, desenraizamento e desterritorializações (das relações sociais, das informações e dos territórios). A cidade constitui-se, historicamente, como lugar de mobilidade e fixação, desde as primeiras organizações sociais que se formaram como lugar de culto aos mortos, as “necrópoles” (Mumford, 1998). Como afirmam Urry e Sheller, “cities are mobile and places of mobility” (Urry & Sheller, 2006, p.1).

As cidades se desenvolvem como «sociedades em rede» (física, simbólica, cultural, política, imaginária, econômica). A particularidade contemporânea é a hegemonia de um conjunto de redes, as redes telemáticas, que passam a integrar, e mesmo a «comandar» (cibernética), as diversas redes que constituem o espaço urbano e as diversas formas de vínculo social que daí emergem. O processo de complexificação do «organismo-rede» continua com as metrópoles cibernéticas contemporâneas, as “cibercidades” (Lemos, 2004; 2005; 2007). Estas podem ser definidas como cidades onde as infra-estruturas de comunicação e informação já são uma realidade e as práticas daí advindas formam uma nova urbanidade. Essa urbanidade chamamos em outro lugar de “ciberurbe” (Lemos, 2005).

**Sensity, projeto
de mapeamento
do conhecido
artista Stanza**





Devemos então reconhecer a instauração de uma dinâmica que faz com que o espaço e as práticas sociais sejam reconfigurados com a emergência das novas tecnologias de comunicações e das redes telemáticas. As cibercidades podem ser pensadas como formas emergentes do urbano na era da informação. O desafio é criar maneiras efetivas de comunicação e de reapropriação do espaço físico, reaquecer o espaço público, favorecer a apropriação social das novas tecnologias de comunicação e informação e fortalecer a democracia contemporânea.

Hoje, as tecnologias sem fio estão transformando as relações entre pessoas, espaços urbanos, criando novas formas de mobilidade. As cibercidades passam a ser “unwired cities” (Towsend, 2003). Estas entram na era da computação ubíqua, intrusiva (“pervasive computing”) a partir de dispositivos e

redes como os celulares 3G, GPS, palms, etiquetas RFID, e as redes Wi-Fi, Wi-Max, bluetooth. Estas metrópoles estão se tornando cidades “desplugadas”, um ambiente generalizado de conexão, envolvendo o usuário em plena mobilidade, interligando máquinas, pessoas e objetos urbanos. Nas cidades contemporâneas, os tradicionais espaços de lugar (Castells, 1996) estão, pouco a pouco, se transformando em ambiente generalizado de acesso e controle da informação por redes telemáticas sem fio, criando zonas de conexão permanente, ubíquas, os territórios informacionais.

Na atual fase da mobilidade e das redes sem fio, estamos imersos no que alguns autores identificam como uma nova relação com o tempo, com o espaço e com os diversos territórios. Trata-se de formas de compressão espaço-tempo (I) (Harvey, 1992), de desencaixe (Giddens, 1991), de desterritorialização (Deleuze, 1980), de espaços líquidos (Bauman, 2001), de novos nomadismos (Maffesoli, 1997). Aqui entram em jogo crises de fronteiras: do sujeito, da identidade, do espaço geográfico, da cultura, da política, da economia. A sensação, na globalização atual, é de perdas de fronteiras, de desterritorialização, mas também de novas territorializações. Discutimos essa questão anteriormente (Lemos, 2006), mostrando como se desenvolvem processos de territorialização e de desterritorialização com tecnologias móveis.

Como nos ensina Lefebvre (1970, 1986), o urbano é a alma das cidades e uma nova cidade institui por sua vez uma nova urbanidade. Assim sendo, podemos dizer que a nova forma física das cidades, a cibercidade, institui uma nova «alma» dessa cidade, o novo urbano, a ciberurbe (2). A cibercidade alimenta e cria a ciberurbe, que por sua vez alimenta e cria a cibercidade; como a dinâmica do virtual e do atual constitui a realidade (Lévy, 1995; Shields, 2003).

Qual a característica das novas formas midiáticas emergentes com a mobilidade telemática das cibercidades contemporâneas?

Mobilidade e Mídias de Funções Pós-massivas

A relação entre mídias de massa e cidades surge a partir do século XVI com a formação da opinião, do público, primeiro pela imprensa e, mais tarde, com os meios audiovisuais como o rádio e a televisão. Como diz Gabriel de Tarde em relação ao jornalismo e à formação do público: “O público só pôde começar a nascer após o primeiro grande desenvolvimento da invenção da imprensa, no século XVI. O transporte da força à distância não é nada, comparado a esse transporte do pensamento à distância” (Tarde, 2005: 10). O transporte à distância do “pensamento e da força”, que vão criar as redes das primeiras cidades modernas, vão ganhar novas dimensões nos séculos XIX com a revolução industrial e as mídias de função massiva, e no final do século XX e início desse século XXI, com a era pós-industrial e a emergência de processos comunicativos com funções pós-massivas.



O trem: um dos meios de transporte que vão criar as redes das primeiras cidades modernas

Se na cidade industrial os meios de massa configuram o espaço urbano (o impresso, o rádio, o telefone e a televisão foram e ainda são fundamentais para definir relações de trabalho, de moradia, a constituição dos subúrbios e enclaves urbanos), na cibercidade contemporânea estamos vendo se desenvolver uma relação estreita entre mídias com funções massivas (as «clássicas» como o impresso, o rádio e a TV), e as mídias digitais com novas funções que chamaremos aqui de «pós-massivas» (internet, e suas diversas ferramentas como blogs, wikis, podcasts, redes P2P, softwares sociais, e os telefones celulares com múltiplas funções). A evolução do binômio cidade-comunicação acompanha o desenvolvimento das tecnologias de comunicação. Se as cidades da era industrial constituem sua urbanidade a partir do papel social e político das mídias de massa, as cibercidades contemporâneas estão constituindo sua urbanidade a partir de uma interação intensa (e tensa) entre mídias de função massiva e as novas mídias de função pós-massiva.

O que são funções massivas e pós-massivas? Por função massiva compreendemos um fluxo centralizado de informação, com o controle editorial do pólo da emissão, por grandes empresas em processo de competição entre si, já que são financiadas pela publicidade. Busca-se, para manter as verbas publicitárias, sempre o hit, o sucesso de «massa», que resultará em mais verbas publicitárias e maior lucro. As mídias de função massiva são centradas, na maioria dos casos, em um território geográfico nacional ou local. As mídias e as funções massivas têm o seu (importante) papel social e

político na formação do público e da opinião pública na modernidade. As funções massivas são aquelas dirigidas para a massa, ou seja, para pessoas que não se conhecem, que não estão juntas espacialmente e que assim têm pouca possibilidade de interagir. Não há estrutura organizacional nas massas, tampouco tradição, regras. Segundo Ortega y Gasset (1962), a massa.

Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais é composta pelo «homem médio», diferente do homem culto humanista. E para Simmel, “as ações da massa apontam diretamente para o objetivo e procuram alcançá-lo pelo caminho mais rápido: este faz com que elas sejam sempre dominadas por uma única idéia, a mais simples possível” (Simmel apud Wolf, 2005: 7).

As mídias de função pós-massiva, por sua vez, funcionam a partir de redes telemáticas em que qualquer um pode produzir informação, «liberando» o pólo da emissão, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás. As funções pós-massivas não competem entre si por verbas publicitárias e não estão centradas sobre um território específico, mas virtualmente sobre o planeta. O produto é personalizável e, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bi-direcionais (todos-todos), diferente do fluxo unidirecional (um-todos) das mídias de função massiva. As mídias de função pós-massiva agem não por hits, mas por «nichos», criando o que Chris Anderson (2006) chamou de «longa cauda», ou seja, a possibilidade de oferta de inúmeros produtos que são para poucos, mas que pela estrutura mesma da rede, se mantêm disponíveis. Dessa forma, um autor não precisa necessariamente passar para uma grande produtora de hits para viver de sua obra. Com novas ferramentas de funções pós-massivas, ele pode dominar, em tese, todo o processo criativo, criando sua comunidade de usuários, estabelecendo vínculos abertos entre eles, neutralizando a intermediação

**Redes sem-fio:
computadores
conectados no
espaço público**



e interagindo diretamente com um mercado de nichos. Experiências na internet com blogs, gravadoras e músicos, softwares livres, podcasting, wikis, entre outras, mostram o potencial das mídias de função pós-massivas. Essas vão insistir em três princípios fundamentais da cibercultura: a liberação da emissão, a conexão generalizada e a reconfiguração das instituições e da indústria cultural de massa (Lemos, 2004, 2005).

Mais do que informativas, como as mídias de massa, as mídias pós-massivas vão criar processos mais comunicativos, por troca bidirecional de mensagens e informações entre consciências. Novas ferramentas comunicacionais com funções não massivas, como os blogs, os podcasts, os

wikis, os fóruns de discussão, os softwares sociais, não funcionam pela centralização da informação, não estão necessariamente ligados a empresas de comunicação, não se limitam a apenas enviar informação, não estão necessariamente ligados à publicidade e ao marketing que pagam as emissões, não são concessões do Estado e não se limitam a uma cobertura geográfica precisa. Diferentemente dos meios de massa, os meios de função pós-massiva permitem a personalização, a publicação e a disseminação de informação de forma não controlada por empresas ou por concessões de Estado. As ferramentas com funções pós-massivas insistem em processos de conversação, de interações, de comunicação, em seu sentido mais nobre, tendo aí uma importante dimensão política, como veremos mais adiante.

No entanto, devemos pensar em termos de função e não de dispositivo, já que as funções massivas e pós-massivas estão presentes tanto nas mídias analógicas como nas digitais. Por exemplo, um grande portal na internet ou um grande site de busca ou jornalístico tenta desempenhar funções massivas, enquanto que mídias analógicas como fanzines, flyers e rádios comunitárias, buscam desempenhar funções pós-massivas, de nicho. Conseqüentemente, temos hoje um enriquecimento da paisagem comunicacional pela oferta de mais opções de acesso, de emissão livre e de circulação em redes planetária.

Hoje convivem, em permanente tensão, mídias desempenhando papéis massivos e pós-massivos, reconfigurando a indústria cultural e as cidades contemporâneas. Conseqüentemente, blogs surgem com funções pós-massivas e tencionam publicações massivas, como as empresas jornalísticas. Essas, por sua vez, contratam «blogueiros» e, enquanto publicações mediadas por profissionais (jornalistas), podem aferir e criticar o «jornalismo cidadão» pós-massivo, por exemplo. Funções massivas existem na internet e nas novas mídias digitais, como nos grandes portais jornalísticos, nos grandes hubs que concentram o acesso na rede (Barabási, 2003), nos rádios, nos jornais e na TV que veiculam seus programas (massivos) pela grande rede. Da mesma forma, funções «pós-massivas» já aparecem nos rádios, na TV e nas publicações impressas com as ações para «nichos», como as rádios por satélite, a TV paga, as publicações impressas para públicos específicos, embora a estrutura empresarial, nesses casos, continue a mesma das mídias de funções unicamente massivas.

Devemos pensar não em dualismos simplórios, mas em reconfiguração de sistemas. Podemos dizer, por exemplo, que a internet é uma ambiente midiático onde existem funções massivas (a TV pela Web, os grandes portais ou máquinas de busca) e pós-massivas (blogs, wikis, podcasts). A TV tem funções de massa (TV aberta) e pós-massiva, ou de nicho (como os canais pagos). Essa nova configuração comunicacional, mais rica, já que nos oferece cada vez mais funções massivas e pós-massivas, vai causar uma crise e alguns impactos importantes para a configuração das novas relações sociais e comunicacionais (crise do copyright, «jornalismo cidadão», softwares livres, trocas de arquivos em redes P2P etc.). A cultura «pós-massiva» das redes, em expansão, mostra os impactos sócio-culturais das tecnologias digitais em um território eletrônico móvel em crescimento planetário. A cibercultura

instaura assim uma estrutura midiática ímpar (com funções massivas e pós-massivas) na história da humanidade onde, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural (Lemos, 2003). Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais

Vários analistas mostram que há hoje uma crise no modelo produtivo e econômico da indústria cultural massiva, embora isso não signifique necessariamente a sua aniquilação. Há, portanto, reconfiguração e «remediação» (Bolter & Grusin, 2000). Jornais fazendo uso de blogs (uma reconfiguração em relação aos blogs e aos jornais) e de podcasts. Podcasts emulam programas de rádio e rádios editam suas emissões em podcasts. A televisão faz referência à internet, a internet remete à televisão. A televisão usa promoções via celulares e SMS e os celulares veiculam, em alguns países, trechos de emissões da TV. Os autores americanos Bolter e Grusin (2000) vão chamar esta reconfiguração de remediação (remediation). Trata-se efetivamente de «remediações» na esfera das mídias, mas também de reconfigurações de práticas sociais e de instituições (organizações, leis). Temos hoje o modelo de funções massivas da indústria cultural dos séculos XVIII a XX e o modelo de funções pós-massivas, caracterizado pelas mídias digitais, as redes telemáticas e os diversos processos «recombinantes» de conteúdo informacional emergentes a partir da década de 1970.

Meios pós-massivos: os portáteis são objeto de consumo individual

O que interessa agora é pensar as funções pós-massivas de emissão e recepção da informação em mobilidade para compreendermos o que está em jogo com os dispositivos móveis digitais nas cidades. Devemos então compreender a cibercidade, a ciberurbe e a mobilidade informacional dentro desse novo quadro midiático. Se eram raras as formas de emissão e circulação de informação nas cidades da mídia de massa (era possível circular fanzines, criar uma rádio pirata ou de bairro, mas com limitações claras de acesso e de produção), eram ainda mais raras as possibilidades de emissão e circulação de informação pelo indivíduo em movimento. O cidadão da cidade industrial pode receber informações massivas, mas não tem muita mobilidade para produzir e enviar informações.

Da mesma maneira, as formas de comunicação interpessoal estavam limitadas ao confinamento (casa, escritório, fábrica), ou a aparelhos públicos (orelhões) ou rádio amador ("faixa cidadão") que já refletiam esse desejo de uma comunicação instantânea, móvel e ubíqua.

Na comunicação massiva, o sujeito pode escolher como e que tipo de informação receber, mas não pode dialogar já que tem pouca possibilidade de emissão e de circulação de informação. Na maioria dos casos, o acesso à informação acontece por dispositivos (TV, rádio) em espaços privados (carro, casa, escritório), com exceção do meio impresso, que permite a leitura em movimento, como os jornais e revistas,



O mundo em dados:
as tecnologias digitais
reconfiguram estruturas
e constróem novos modelos
de representação



e do rádio, que permite a portabilidade e o acesso em movimento. No entanto, não há possibilidade de emissão da informação.

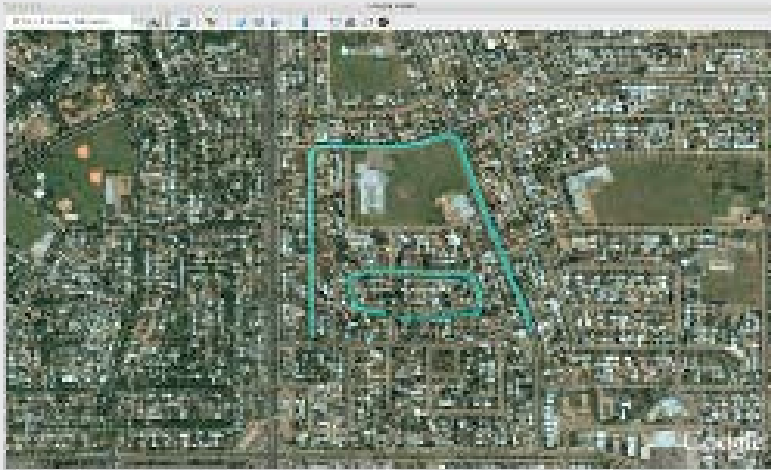
A atual configuração comunicacional nos coloca em meio a novos processos «pós-massivos» que vão permitir emitir, circular e se mover ao mesmo tempo. A mobilidade informacional é o diferencial atual.

O desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias sem fio (laptops, palms, celulares) estabelece, no começo do século XXI, a passagem do acesso por «ponto de presença» (internet fixa por cabos), ao «ambiente generalizado de conexão» (internet móvel sem fio, telefones celulares, redes bluetooth e etiquetas de radiofrequência, RFID), que envolvem o usuário, em plena mobilidade. As cibercidades da cibercultura estão se constituindo hoje como “ambientes generalizados de acesso pessoal e móvel à informação”, constituindo um “território informacional”. Cria-se nas cidades contemporâneas zonas de controle de emissão e recepção de informação digital do indivíduo, em mobilidade e no espaço público, potencializando novas práticas sociais: contato pelo tempo real e o acesso informacional (e não pelo espaço compartilhado entre corpos, tempo fluido fora da agenda fechada), banalização das conexões (relações empáticas, não solenes, laicas), formas novas de reforço identitário e social, e novos tipos de auto-exposição (YouTube, blogs, Flickr, Orkut). As cibercidades contemporâneas tornam-se «máquinas de comunicar» a partir de novas formas de apropriação do espaço urbano – escrever e ler o espaço de forma eletrônica por funções «locativas» (mapping, geolocalização, smart mobs, anotações urbanas, wireless games), trazendo novas dimensões do uso e da criação de sentido nos espaços urbanos. Emergem também, novas formas de controle e vigilância nos territórios informacionais.

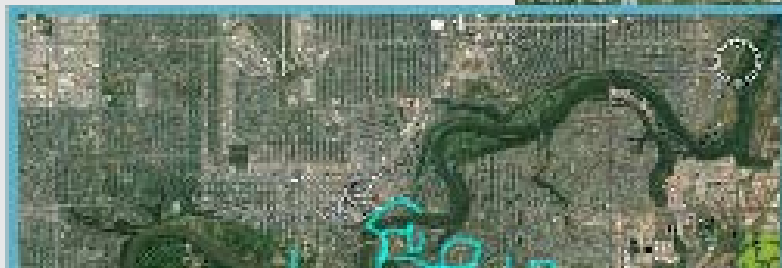
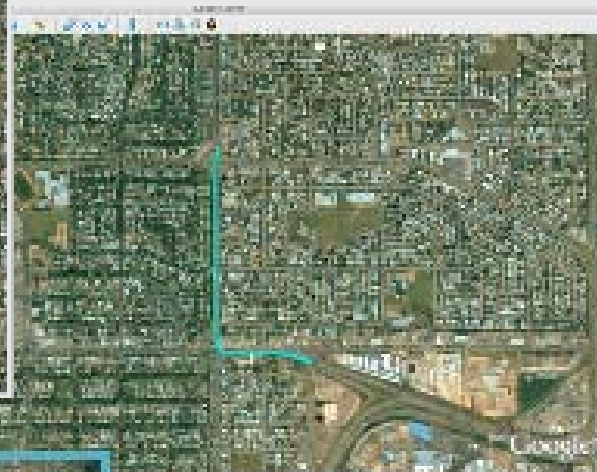
Territórios Informacionais

Por territórios informacionais compreendemos áreas de controle do fluxo informacional digital em uma zona de intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano. O acesso e o controle informacional realizam-se a partir de dispositivos móveis e redes sem fio. O território informacional não é o ciberespaço, mas o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico. Por exemplo, o lugar de acesso sem fio em um parque por redes Wi-Fi é um território informacional, distinto do espaço físico parque e do espaço eletrônico internet. Ao acessar a internet por essa rede Wi-Fi, o usuário está em um território informacional imbricado no território físico (e político, cultural, imaginário, etc.) do parque, e no espaço das redes telemáticas.

O território informacional cria um lugar, dependente dos espaços físico e eletrônico a que ele se vincula. O território informacional é assim uma heterotopia (Foucault, 1984). O lugar se configura por atividades sociais que criam pertencimentos (simbólico, econômico, afetivo, informacional). O lugar é a fixação enquanto que o espaço é a abertura (Tuan, 2003), já que precisa de tempo e de experiência para se constituir. Alain Bourdin mostra que o vínculo Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais social se dá na construção de um território de pertença, de um espaço fundador.



**SUR-VIV-ALL, de André Lemos: leitura GPS
do livro "Survival", de Margaret Atwood**





Todo grupo social é, por princípio, associado a um território, fundando o lugar em relação à generalidade do espaço. O local é fundador da relação com o mundo do indivíduo, mas igualmente da relação com o outro, da construção comum do sentido que faz o vínculo social. Sua irreduzibilidade se funda numa diferenciação radical entre a co-presença e a comunicação através dos dispositivos e artefatos... (Bourdin, 2001: 36). Muniz Sodré (1988) chama atenção para as idéias de território e lugar mostrando que na filosofia antiga, em Aristóteles (na Física), não há uma idéia de espaço, mas de topos, ou seja, do lugar marcado pelo corpo. Da mesma forma, para Martin Heidegger (1964), o lugar (habitado) é construído, como o modo de ser do homem no mundo. O espaço é um abstractum enquanto que o lugar é um topos. O território funda um lugar. A idéia de território informacional está vinculada a essa forma identitária, criando um «lugar informacional» que se diferencia do espaço abstrato. Uma zona Wi-Fi em uma praça, por exemplo, é um lugar social onde se apresenta uma heterotopia de acesso/controlado informacional.

Todo território é um lugar social de controle de fronteiras, já que “la soberanía se ejerce en los limites de un territorio” (Foucault, 2006: 27). Os territórios informacionais são lugares onde se exercem controles do fluxo de informação na ciberurbe marcada pela imbricação dos espaços eletrônico e físico. Beslay e Hakala, por exemplo, usam a imagem da «bolha» para definir esse «digital territory». Pensar em termos de território digital permite visualizar a fronteira do fluxo informacional e nos coloca questões políticas relativas à privacidade, ao controle e à vigilância.

A bubble is a temporary defined space that can be used to limit the information coming into and leaving the bubble in the digital domain. (...) The vision of the bubble is defined to gather together all the interfaces, formats and agreements etc. needed for the management of personal, group and public data and informational interactions (Beslay e Hakala, 2005).

Paisagens sobrepostas: as redes móveis redesenham as cidades ao sobrepor físico e virtual

Assim, as redes telemáticas planetárias de informação, em relação concreta com os espaços urbanos, constituem novos territórios informacionais. Esses se caracterizam como o interstício, como a interface das redes telemáticas e das redes físicas das cidades e seus espaços «de lugar» (Castells, 1996) – rua, cafés, restaurantes, pontos de ônibus, metrô, hotéis, praças, etc., criando um ambiente generalizado de acesso onde qualquer pessoa pode, dentro do seu «território informacional» constituído através de suas senhas de acesso, enviar e receber informações multimodais, em mobilidade. Redes de internet sem fio Wi-Fi e Wi-Max, redes bluetooth e RFID de curto alcance, redes de telefonia celular (GSM, CDMA, EDGE) espalham-se pelo mundo e diversas cidades estão hoje implementando e ampliando os territórios informacionais. Esse desenvolvimento é hoje a ponta de lança de implementação tanto de redes como de dispositivos para uso nas metrópoles e no meio rural.

Trata-se de uma nova forma de mobilidade: a mobilidade por fluxos de informação, por territórios informacionais, que altera e modifica a mobilidade pelos espaços físicos da cidade, como a possibilidade de acesso, produção e circulação de informação em tempo real. Por exemplo, o uso de celulares e sistemas de localização pode mudar a prática do uso do transporte urbano.

Com um telefone celular, o usuário pode se informar, em tempo real, sobre o horário da passagem de um ônibus, podendo alterar a forma de «espera», e criar novas dinâmicas de movimento no espaço físico ao redor dessa atividade social. Assim, mobilidades informacionais criam gestões fluidas do tempo e, conseqüentemente, do espaço. Não há descolamento entre os espaços e as correlatas mobilidades, mas a intersecção entre espaço eletrônico e espaço físico, criando os territórios informacionais.

Manuel Castells, em recente artigo publicado no *Le Monde Diplomatique* (3) mostra que a dinâmica dos três princípios da cibercultura (emissão, conexão e reconfiguração), pode modificar a prática política e as relações sociais em meio às novas tecnologias da mobilidade. Para Castells, há uma falta de legitimidade da política comandada pelos meios de massa. Hoje, com novas as formas de publicização da informação, que o autor espanhol chama de *mass self communication*, ou a «comunicação de massa pessoal», novas formas políticas e sociais emergem. As novas funções pós-massivas constituem uma cultura da mobilidade inédita, com implicações sociais, estéticas, comunicacionais e políticas planetárias. Para Castells (2006), essa nova forma de comunicação está presente na internet e também no desenvolvimento dos telefones celulares.

Estima-se que haja atualmente mais de um bilhão de usuários de internet e cerca de dois bilhões de linhas de telefone celular. Dois terços da população do planeta podem se comunicar graças aos telefones celulares, inclusive em lugares onde não há energia elétrica nem linhas de telefone fixo.



Warchalk: marcas de giz no chão indicam pontos de acesso livre às redes sem-fio



Geolocalização: hoje os mapas são rotineiros na vida cotidiana

Castells compreende bem o que chamei de reconfiguração. Não se trata de uma oposição simplória entre o poder das mídias massivas e a “rebelião” associada aos movimentos sociais por meio dos novos dispositivos de comunicação pós-massivos, mas de uma mudança nas práticas sociais e comunicacionais que oferecem “à sociedade maior capacidade de controle e intervenção, além de maior organização política aos que não fazem parte do sistema tradicional”.

Dentre as tecnologias móveis, o telefone celular tem sido o dispositivo maior da convergência tecnológica e da possibilidade de exercício efetivo dessa “rebelião” política, mas também de constituição de relações sociais por contato imediato, seja através de voz, SMS, fotos ou vídeos.

Telefone Celular e Espaço Urbano

Experiências mostram a redefinição dos espaços urbanos pelas tecnologias informacionais em várias cidades do mundo com ações as mais diversas através de telefones celulares, palms e laptops, desde pagamentos de estacionamento, contas, passando pelo acesso a informações «locativas» para saber a programação de um teatro, ou a história de um monumento, até o acesso ao menu de um restaurante, ou as impressões de seus usuários apenas passando por esses lugares com os dispositivos ativados.

A ciberurbe, a alma virtual das cibercidades, configura-se, cada vez mais, por práticas sociais que emergem dessa mobilidade informacional digital (trocas de SMS, comutadores e trabalhadores nômades, ocupações de espaços urbanos conectados, jogos por dispositivos móveis em mobilidade no

O que constitui essa nova prática da «comunicação de massa pessoal» é o controle individual e a partilha coletiva da informação em mobilidade com alcance planetário e a difusão imediata. Esses novos formatos midiáticos podem criar novas práticas da política já que os indivíduos estariam aptos a realizar uma «rebelião crítica». Há possibilidades reais que eles “comecem a agir sobre a grande mídia, a controlar as informações, a desmenti-las e até mesmo a produzi-las” (idem). O fenômeno das mobilizações sociais para coordenar atividades corriqueiras e políticas via dispositivos móveis, que Rheingold (2004) chama de “smart mobs” é visto por Castells como um fenômeno decisivo: essa onda mobilizadora, apoiada por redes de comunicação entre telefones celulares, obteve efeitos impressionantes na Coreia do Sul, nas Filipinas, na Ucrânia, na Tailândia, no Nepal, no Equador, na França... Pode obter um efeito imediato, como em abril passado na Tailândia, com a destituição do primeiro-ministro Thaksin Shinawatra pelo rei Bhumibol Adulyadej. Ou na Espanha, com a derrota, nas eleições legislativas em março de 2004, do Partido Popular de José Maria Aznar.

espaço urbano, anotações eletrônicas digitais, mobile blogs, trocas de textos, vídeos e fotos por celulares). Um exemplo interessante desse novo nomadismo por redes sem fio e tecnologias portáteis é o fenômeno que vêm sendo chamado, em São Francisco, de Beduínos high-tech. Sabemos que os Beduínos são povos nômades originários da península arábica e que vagam hoje pela África do norte. São nômades, mas possuem um território, já que, como diz Deleuze, eles seguem trajetos costumeiros, passando de ponto a ponto (por exemplo uma fonte de água). Mas os pontos só existem para serem abandonados, e o que vale é o que está entre os pontos. Por isso Deleuze mostra que a vida do nômade é o intermezzo.

Os novos nômades high-tech surgem, buscando passar de ponto de acesso a ponto de acesso. Agora o ponto de parada não é a fonte de água, mas o coffee shop ou sua zona de conexão sem fio ao ciberespaço no espaço urbano público. O território do Beduíno high-tech não é o deserto, mas o território informacional criado pela intersecção do espaço físico com o ciberespaço nas metrópoles contemporâneas. Eles trabalham e vivem de conexão wireless em conexão wireless. Os novos beduínos, munidos de tecnologias sem fio como laptops Wi-Fi e smart phones, aliam mobilidade física no espaço público com a mobilidade informacional pelo ciberespaço, redimensionando as práticas e a constituição do (no) espaço físico. O seu objetivo não é o intermezzo, o que fica entre os pontos, não é abandonar os lugares, mas buscar o seu território informacional de onde ele se conecta à rede. Fisicamente ele se desloca entre pontos para, eletronicamente, poder passear pelo ciberespaço (4).

Primeiras experiências de André Lemos com GPS: mapa do percurso da Facom para casa



público. Vou mostrar alguns exemplos. Trata-se, como venho insistindo, em formas de apropriação dos espaços das cidades por intermédio de dispositivos móveis, criando territórios informacionais onde os usuários podem reconhecer outros usuários, anotar eletronicamente um espaço, deixando sua marca com um texto, uma foto, um som ou um vídeo, localizar ou mapear percursos ou objetos urbanos, ou mesmo jogar, tendo como pano de fundo ruas, praças e monumentos do espaço urbano.

O projeto “mobotag. connecting your city with mobile tags” (5), por exemplo, permite que por envio de e-mail qualquer pessoa possa anexar informação a um espaço urbano. Trata-se de apropriação do espaço por “anotação eletrônica”, criando um “lugar”, no meio do “vazio” de sentido do espaço urbano. Como diz o projeto: “*Tag any street address in NYC with your mobile phone!. Send a textmessage to nyc@mobotag.com with your address. Add tag with picture, text, video, or sound*”. Aqui as práticas de anotação das mídias locativas são muito próximas daquilo que os surrealistas, dadaístas e situacionistas buscavam pela deriva e pela ocupação de espaços das cidades nas décadas de 1950 e 1960. Eles realizavam pequenas performances (como leituras, por exemplo), transformando o andar no espaço público em uma arte. Essas práticas, como as atuais com celulares, laptops, GPS ou etiquetas RFID, buscam criar formas de apropriação dos espaços das cidades, cada vez mais impessoal, frio e racionalizado. Talvez possamos pensar nessa nova forma de “publicação” e de “contato permanente” com o outro, como uma apropriação pela “superfície”, como formas de escrita e de leitura das relações sociais e dos espaços: uma experiência ao mesmo tempo social e estética. Como disse Simondon, “*a polaridade característica da vida está no nível da membrana*”.

Da mesma forma, no projeto Flagr (6), o usuário pode, por celular, enviar um e-mail com suas impressões sobre os lugares interessantes na cidade. Esses lugares aparecem em mapas e passam a formar uma leitura livre e coletiva do espaço público. Trata-se, com efeito, de uma espécie de bookmark do mundo real. Mais uma vez, vemos aqui formas de criar e de dar sentido a lugares da cidade, como uma marca do ver, colocada em mapas para que outros vejam também. Simmel mostra como o estrangeiro é a figura mesma do urbano. O habitante da cidade está para Simmel em um estado de indiferença flutuante.

Nesse sentido, talvez possamos ver a superfície das cidades como um lugar de sentido nessa experiência antropológica do passante, do *flâneur*, dos situacionistas, mas também dos novos conectados a dispositivos móveis e a redes sem fio que marcam os lugares públicos. Cria-se mesmo um lugar, algo dotado de sentido, na indiferenciação dos espaços urbanos. É por isso que o sociólogo francês Isaac Joseph vai dizer que “o território de um ator social ou de um grupo de autores é, além de toda a apropriação, uma região de papéis acessíveis” (Joseph, 1988).

Outro projeto interessante nesse sentido é Dodgeball (7). O sistema permite que o usuário mande SMS para uma lista de amigos cadastrados dizendo onde ele está em um determinado momento. Assim, pessoas de sua lista de amigos que estiverem por perto podem ter a oportunidade de encontrá-lo.

Share cool places from [online](#) or right from your [mobile phone!](#)

Featured Map

[Create a new map](#)



Flagr: o território do beduíno high-tech não é o deserto, mas o território informacional.

Os projetos da HP, MScapers (10) e da Nokia (11) com realidade aumentada, mostram sistemas que permitem a navegação por informações das cidades apenas apontando o telefone celular para lugares ou objetos. Apontando o dispositivo, informações eletrônicas colam ao local. Projetos similares usam também esses dispositivos para auxiliar as pessoas (como guias turísticos) a encontrar e se localizar no espaço urbano (12). Trata-se não apenas de escrita dos espaços por anotações e ou de reforçar laços sociais, mas de ampliar a leitura do espaço urbano através da superposição de camadas informacionais aos lugares do espaço público.

The user simply points a cell-phone camera at a restaurant or office building, and, using GPS coordinates, software associates a hyperlink with the image. In the commercial world, some museums and tour companies--including one that takes people around San Francisco--use location-detecting gadgets to guide sightseers.

Busca-se mais uma vez o contato permanente, fazendo a ligação do espaço eletrônico e do espaço físico. O mesmo ocorre com o projeto Radar (8), que mapeia e identifica os celulares cadastrados, criando zonas de acesso e de contato permanente, indicando onde estão os correspondentes. Por criar e potencializar redes de sociabilidade, esses projetos buscam significar o espaço urbano a partir do contato permanente com as comunidades individuais.

O projeto Imity (9), similar aos dois anteriores, coloca pessoas em contato, identificando-as por redes *bluetooth* e telefones celulares. O interessante aqui é que o projeto permite que pessoas que só se conhecem *online* possam, caso estejam no mesmo lugar por acaso, se identificarem por redes *bluetooth*. Assim, se você estiver em um bar e um amigo virtual (que você não sabe quem é fisicamente) estiver por perto, os telefones celulares se reconhecerão um ao outro e vocês poderão se encontrar pessoalmente, em real life.

Outros projetos são apontados no site "we make money not art" (13) a partir de trabalhos apresentados no workshop "som e tecnologias móveis" (14). Como exemplos temos os trabalhos de Atau Tanaka, Guillaume Valadon e Christophe Berger sobre localização e navegação com celulares Wi-Fi onde (...) an interface

that seeks to fuse elements of proximal interaction, geographic localization and social navigation to allow groups of wifi-equipped phone users to intuitively find friends, network connectivity or new music. (...) Once this spontaneous private network is established, the two users compare playlists based on various musical criteria. A song of interest to the first user is then copied using the phone Wifi connectivity.

Os projetos citados acima permitem criar sentido por anotações do espaço público, por leituras de «realidades aumentadas» e colocar pessoas em contato «permanente», no meio do ambiente anônimo das grandes cidades, tentando criar, na «superfície», uma membrana, uma zona de contato e «acesso» e criar, recriar e fortalecer as redes de sociabilidade e a apropriação do urbano. Os «estrangeiros» do espaço urbano podem vivenciar novas experiências de viver o espaço das metrópoles, reforçando a existência dos territórios informacionais, insistindo em formas de navegação por informações no interstício do espaço eletrônico e do espaço público das cidades contemporâneas.

Definitivamente à medida que vamos desplugando nossas máquinas de fios e cabos, à medida que redes de telefonia celular, bluetooth, RFID ou Wi-Fi fazem das nossas cidades máquinas comunicantes desplugadas e sem fio, paradoxalmente, vamos criando projetos que buscam exatamente o contrário, territorialização, ancoragem no espaço físico, acoplagem a coisas, lugares, objetos...

**F2C: conectividade
universal mudando
fundamentos
econômicas e sociais**

F2C: Freedom to Connect
March 30 & 31, 2009 - Washington, DC

MuniWireless

Subscribe via rss or e-mail

Home Applications WiMAX City & County WiFi Networks Regional News Resources About Us

Citywide WiMAX, Wi-Fi, municipal wireless and broadband news Legislation and Public Policy

Hot Topics

AT&T [wifi](#) [iphone](#) [philadelphia](#) [google](#) [broadband](#) [sprint](#) [fcc](#) [europe](#) [citywide wifi](#) [rfp](#) [earthlink](#)
[apple](#) [clearwire](#) [france](#) [paul kapustka](#) [california](#) [Sidecut Reports](#) [WiMAX](#) [municipal wireless](#)

Latest News

Make the Case for Municipal Wi-Fi

Conclusão

A análise do urbano ganha força com a idéia de «laboratório urbano» desenvolvida pela Escola de Chicago nos anos 1930. Os sociólogos do começo doséculo XX e do fim do século XIX (Simmel, Tarde, Park) falam, grosso modo, de três formas de mobilidade. A primeira mobilidade é aquela que compreende o homem como um ser da locomoção, sendo que a cidade o transforma naquele que experimenta tudo pelo olhar, daí a figura do estrangeiro em Simmel, que vê tudo de fora. Transforma-se, com a cidade moderna, a experiência do «ouvir» (aqueles que contam algo, nas pequenas cidades e no meio rural), naquela do «ver», do que está agora desabrochando em uma «floresta de signos» (Baudelaire) diante dos «olhos».

A segunda mobilidade urbana é aquela da mobilidade social e do lugar de habitação. O habitante da cidade moderna se desloca constantemente e pode trocar de status e de papel social pela educação, pela profissionalização, pelo enriquecimento... A terceira é a que Simmel chama de mobilidade semdeslocamento, a mobilidade que cria uma massa, a mobilidade social pela moda que nos faz aderir ao comum e ao mesmo tempo nos diferenciar. Talvez possamos, como hipótese, pensar hoje em uma quarta mobilidade, que é a mobilidade informacional, como uma capacidade cognitiva de deslizamento por bens simbólicos, por mensagens, por informações. No começo do século XX essa desterritorialização comunicacional ocorria pelos meios de massa: jornais, rádio, TV, revistas, e pelos meios interpessoais: correio, telefone.

Aqui, o deslocamento pelos bens simbólicos era imóvel, na maioria das vezes, em espaços privados, sem possibilidade de emissão massiva. Hoje, no começo do século XXI, os territórios informacionais (agora telemáticos e digitais) estão em expansão planetária, utilizando ferramentas ubíquas e permitindo uma mobilidade informacional (emissão e recepção de informação) acoplada a uma mobilidade pelo espaço urbano. Os exemplos acima mostram formas de criar sentido, apropriar e estabelecer contatos através das superfícies dos espaços urbanos pelas tecnologias da mobilidade digital. Essa nova mobilidade informacional, a mobilidade tecnológica (a dos dispositivos), pode permitir uma nova maneira de compreender, dar sentido e criar vivências no espaço das cidades contemporâneas.

1. Ver os sites Carnet de Notes (<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/>), MuniWireless (<http://www.muniwireless.com/>), Wi-Fi Net News,WNN (<http://wifinetnews.com/>), Smart Mobs (<http://www.smartmobs.com/>), Observatório das Cibercidades (<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/cibercidades/disciplinas/>), Mobile Communication (<http://mobilesociety.ning.com/>),Urban Tapestries (<http://urbantapestries.net/weblog/>),entre outros, para informações atualizadassobre projetos envolvendo diversas cidades e redes sem fio ao redor do mundo.
2. Lembramos, de passagem, que a “urbe” era o lugar ritualístico de onde surgia uma cidade (dos heróis fundadores), lugar de culto que devia ser protegido à toda prova da tomada por invasores. Tomar a “urbe” era conquistar a alma da cidade; logo conquistá-la definitivamente.
3. agosto 2006, in <http://diplouol.com.br/2006-08, a1379>
4. (Para mais sobre os Beduínos de São Francisco, veja a matéria do San Francisco Chronicle: Where neo-nomads’ ideas percolate / New ‘bedouins’ transform a laptop, cell phone and coffeehouse into their office <http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/2007/03/11BEDOUIINS.TMP>. Veja também sobre esse tema o projeto da mochila do Beduíno, a Wi-Fi Bedouin <http://www.techkwondo.com/projects/bedouin/index.html>.

5. <http://turbulence.org/Works/mobotag/>
6. <http://www.flagr.com/>
7. <http://www.dodgeball.com/a>
8. href="http://www.celldorado.com/AT/ADS/923303638/index.php?trackid=474153321&source=webgains&clickid=TFf2jyyXWQ
9. <http://www.imity.com/>
10. <http://www.mobilemusicworkshop.org/>
11. <http://www.technologyreview.com/Biztech/17807/>
12. Para mais detalhes ver Technology Review, "Your Phone as a Virtual Tour Guide", in <http://www.techreview.com/Infotech/18746/>
13. <http://www.we-make-money-not-art.com/archives/009528.php>
14. <http://www.mobilemusicworkshop.org/>

Referências

- ANDERSON, C. (2006). *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. São Paulo: Campus.
- ANSAY, Pierre & Schoonbrodt, René (1989). *Penser la Ville. Choix de Textes Philosophiques*. Bruxelles: AAM editions.
- ASCHER, François (1995). *Métapolis: ou l'avenir des villes*. Paris: Éditions Odile Jacob.
- AURIGI, Alessandro & GRAHAM, Stephen (1998). *The Crisis in the urban public realm*. In *Cyberspace Divide: Equally, Agency and Policy in the Information Society* (D. Loader, ed.). London: Routledge.
- BARABÁSI, A-L (2003). *How Everything is Connected to Everything*. Plume
- BARNET, B. (2005). *Infomobility and Technics: some travel notes*. In: *CTheory*, vol. 28, n. 03, 27/10/2005, <http://www.ctheory.net>
- BATAILLE, G. (1949). *La Part Maudite*. Paris: Minuit.
- BAUMAN, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- BESLAY, Laurent & HAKALA, Hannu (2005). *Digital Territory: Bubbles*. in *Vision Book*, http://europa.eu.int/information_society/topics/research/visionbook/index_en.htm
- BOLTER & GRUSIN (2000). *Remediation: Understanding New Media*. MIT.
- BOURDIN, Alain (2001). *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A.
- CASTELLS, M. (1996). *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture* (volume 1). Oxford: Blackwell Publishers.
- _____ (2006). *A era da intercomunicação*. In *Le Monde Diplomatique*. <http://dipl.uol.com.br/2006-08,a1379>.
- COOPER, G.; GREEN, N. et alli. (2002). *Mobile Society? Technology, distance, and presence*. In *Virtual Society. Technology, Cyberbole, Reality* (S. Woolgar, ed.). Oxford: Oxford Press.
- DE TARDE, G. (2005). *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes.
- DELEUZE, G. & GUATTARI, F. (1980). *Mille Plateaux. Capitalisme et Schizophrénie*. Paris: Les Editions de Minuit.
- FOUCAULT, M. (1979). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- _____ (1984). *De Outros Espaços*. In *Architecture, Mouvement, Continuité* (trad. Pedro Moura; disponível em <http://www.rizoma.net/interna.php?id=169&secao=anarquitectura>)
- _____ (2006). *Seguridad, Territorio, Población: Curso en el Collège de France: 1977- 1978, 1e. Ed.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Economica.
- GIDDENS, A. (1991). *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Unesp.
- GRAHAM, S. & MARVIN, S. (1996). *Telecommunications and the City*. London: Routledge.
- HARVEY, David (1992). *A condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola.
- HEIDEGGER, M. (1964). *Être et Temps*. Paris: Gallimard.
- JOSEPH, I. (1988). *El Transuente y El Espacio Urbano*. Buenos Aires: Gedisa Editorial.
- ITO, M. (2004). *A New Set of Social Rules for a Newly Wireless Society*. In *Japan Media Review* (17/07/04) in <http://www.ojr.org/japan/wireless/1043770650.php>.

- KATZ, J.E. & AAKHUS, M. (2002). *Perpetual Contact. Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge University Press.
- LEFEBVRE, H. (1986). *La production de l'espace*. Paris: Anthropos.
- LEFEBVRE, H. (1970). *La Révolution Urbaine.*, Paris, Gallimard.
- LEMOS, A. (org) (2005). *Cibercidade II. Ciberurbe. A cidade na sociedade da Informação*. Rio de Janeiro: E-Papers.
- LEMOS, A. (org) (1964). *Cibercidade. As cidades na cibercultura*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.
- LEMOS, A. (org) (2007). *Cidade Digital*. Salvador: EDUFBA.
- LEMOS, A. (2004). *Cibercultura e Mobilidade*. in LEMOS, André (org). *Comunicaciones Móviles*. In: *Razón y Palabra*, n. 41, Octubre/Noviembre 2004. México.
- LEMOS, A. *Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.*, Sulina, Porto Alegre, 320p.
- LEMOS, A. (2006). *Cibercidade. Verbete para o "Critical Dictionary of Globalisations"*, disponível no site do Groupe d'Études et de Recherches sur les Mondialisations, in www.mondialisations.org.
- LEMOS, A. (2006). *Ciberespaço e Tecnologias Móveis: processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura*. COMPÓS, Baurú, SP, junho de 2006.
- LUHMANN, N. (2001). *A improbabilidade da Comunicação*. Passagens, Vega, Lisboa.
- MAFFESOLI, M. (1997). *Du Nomadisme. Vagabondages initiatiques.*, Paris, Livres de Poche.
- MARTINO, L. (2001). *De qual comunicação estamos falando*, in Hohlfedt, A., Martino, L, França, V, *Teorias da Comunicação. Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, Ed. Vozes, 2001, pp.11-25.
- MEYROWITZ, J. (2004). *Global Nomads in the digital veldt*. In: *Revista Famecos*. Julho 2004, PUC-RS, Porto Alegre, pp. 23-30.
- MUMFORD, L. (1998). *A cidade na História*. SP, Martins Fontes, 4a edição.
- MUSSO, P. *Critique des Réseaux*. Paris, PUF, 2003.
- MUSSO, P. *Télécommunications et philosophie des réseaux.*, Paris, PUF, 1997.
- SASSEN, S. (2001). *The Global City*. New York, London, Tokyo. New Jersey, Princeton University Press, second edition.
- SCHRAGE, M. (2003). *Wi-Fi, Li-Fi and Mi-Fi*. In, *Technology Review*, vol. 106, no. 6, august, p.20.
- SHIELDS, Rob. (2003). *The Virtual*, Routledge, London and NY.
- SHIELDS, Rob. (2005). *The Virtuality of Urban Culture: Blanks, Dark Moments and Blind Fields*. Versão revisada de "Die Wirklichkeit der Städte", *Soziale Welt* 16: Baden-Baden, Germany: Nomos Verlagsgessellschaft.
- SIMMEL, G. (1998). *La tragédie de la culture*, Paris, Rivages.
- SODRÉ, Muniz. *O Terreiro e a Cidade. A forma social negro-brasileira*. Petrópolis, Vozes, 1988.
- TOWNSEND, A. (2003). *Wired / Unwired: The Urban Geography of Digital Networks*, PhD dissertation, MIT, September.
- TUAN, Yi-Fu. (2003). *Space and Place. The Perspective of Experience*. University of Minnesota Press, Minneapolis/London.
- URRY, J. & SHELLER, M. (2006). *Mobile Technologies and the City*. Routledge, London and NY.
- WOLF, Mauro. (2005). *Teorias das Comunicações*. São Paulo, Martins Fontes.



videoman
fernando llanos



Videoman 5.5

por Lucia Cavalchini

Em 2005 com o título “[vi video]
Videointervenciones móviles en contextos
urbanos específicos”, na cidade de Porto Alegre,
Brasil, Fernando Llanos faz suas primeiras
intervenções usando a tecnologia como
mediador de processos comunicacionais
interativos. Ele confronta e envolve as pessoas
com suas projeções de vídeo, através de um
circuito fechado em que grava suas reações.



Videoman é um super-herói midiático e nômade. Ele atravessa fronteiras espaciais e virtuais. Seus raios luminosos se projetam em qualquer superfície; paredes, objetos, janelas, pessoas. Ele intervém em todo tipo de cenários: mercados, praças, aeroportos, estádios, monumentos, túneis medievais, restaurantes, etc. Seu público às vezes é uma multidão saindo de um jogo de futebol, outras são apenas alguns notívagos solitários que vagam pela noite.

Este super-herói atualiza continuamente os meios que usa para se deslocar em seus vídeos - translaços mudam cada vez que o projeto é apresentado em um novo contexto. Para o festival art.mov uma patineta, preparada para a ocasião, serviu de motor da ação que, através de um processo de digitalização do espaço público, abre brechas criativas no tecido de uma paisagem urbana muitas vezes demasiadamente fechada, vigiada e pré-construída.

The background of the page is a complex, abstract composition of numerous thin, overlapping lines and larger, irregular splatters in a wide array of colors including red, blue, yellow, green, purple, orange, and black. The lines are mostly horizontal or diagonal, creating a sense of movement and connectivity. The splatters are scattered throughout, adding texture and depth to the overall design.

tecnologias móveis: amigos ou inimigos disfarçados?

por martha gabriel

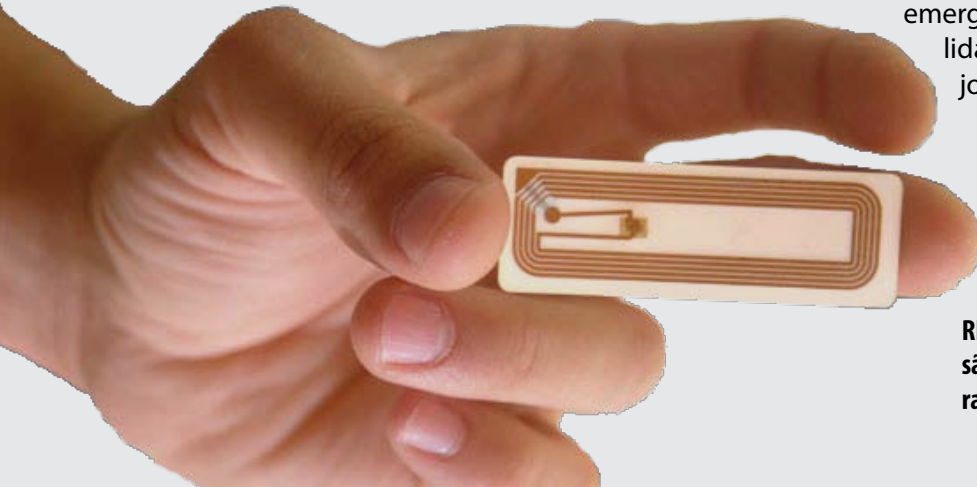
“A Web acabou. Agora começa a próxima grande coisa crescendo da sopa primordial das redes (cabeadas e móveis), gadgets, software, satélites e das mudanças sociais criadas na década passada” (Maney, 2004).

O sonho de estar “sempre on-line, sempre conectado (à internet)” está se tornando real conforme as conexões de banda larga têm se espalhado, tanto para computadores – devido a tecnologias como o ADSL, ISDN, entre outras – e aparelhos móveis – devido a tecnologias como o 3G. Apesar da banda larga não ser ainda uma realidade em todo lugar no mundo, as melhorias recentes na tecnologia e redes tendem a tornar essa realidade ubíqua num futuro próximo.

A web é a primeira peça de uma rede maior que tem se tornando possível graças às conexões de banda larga, GPS (Global Positioning System) e tags de RFID (Radio Frequency Identification Tag). Essas tecnologias juntas têm permitido que a computação ubíqua se torne uma realidade rapidamente. Podemos ver muitos exemplos de computação ubíqua em Greenfield (2006), como: prédios inteligentes, mobiliário inteligente, roupas inteligentes, objetos inteligentes, sinais de trânsito em rede, latas de refrigerante auto-descritivas, interfaces gestuais, tags RFID embutidas em qualquer coisa, desde cartões de crédito até animais de estimação.

A computação ubíqua é quase imperceptível, mas está em tudo ao nosso redor e tem cada vez mais afetado nosso cotidiano, conforme ela é dissiminada. A sedução de estar sempre conectado – à web, e-mails, redes sociais, mapas, etc. – sem abandonar a mobilidade, é responsável pelo grande crescimento de popularidade dos aparelhos smartphones. Há muito anos, in 2002, Fogg já observava que “As pessoas não adotam aparelhos móveis, elas casam com eles” (Fogg, 2002, p.192). As previsões indicam que em poucos anos, os aparelhos de internet móvel ultrapassarão os notebooks (Shilov, 2008).

—Hendrik Willem Van Loon dizia que “A arte é um barômetro ainda melhor sobre o que está acontecendo em nosso mundo do que o mercado de ações e os debates no congresso”, e isso pode ser confirmado pela existência de vários trabalhos de arte que já experimentam com o nosso contexto tecnológico emergente. Como exemplos de trabalhos de arte precoces lidando com computação ubíqua, podemos citar o jogo “Can You See Me Now?” (Blast Theory, 2001) e



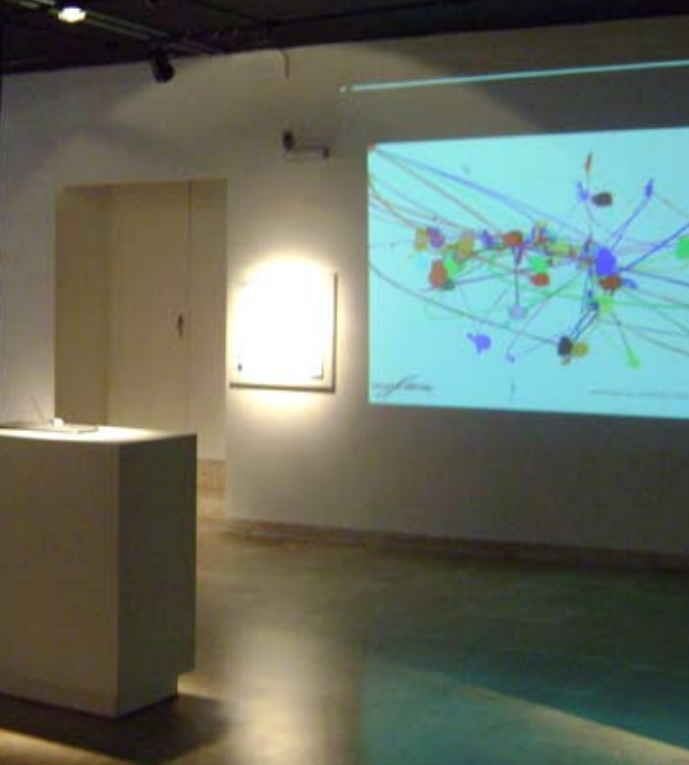
**RFID: etiquetas de radio frequência
são polêmicas por permitirem o
rastreamento de seus portadores**

“Head” (Beloff, 2004), ambos apresentados na Exposição Art.Mov 2008 (www.artemov.net). Esses dois trabalhos interessantes e inovadores permitem experimentar o poder da conexão, mobilidade e compartilhamento, desde muito cedo, quando essas possibilidades se tornaram disponíveis. Entre outros trabalhos de arte que lidam com localização, o “Locative Painting” (Gabriel, 2007) (Fig. 1) – também apresentado no Art.Mov 2008 - usa recursos low-tech, como números de CEP e zip-codes, para permitir experimentações sobre posicionamento e localização, sem usar, no entanto, capacidades high-tech de GPS, que muitas vezes podem ser invasivas sem que o usuário o perceba, como será discutido mais à frente neste texto.

Podemos perceber que a arte não apenas lida com as tecnologias que criam novas possibilidades, mas também é inspirada pelo contexto que emerge dessas tecnologias.

As tecnologias web e móveis também impulsionaram um dos principais fenômenos sociais dos tempos atuais – as redes sociais, tal como o Orkut, MySpace, Facebook, SMS, Twitter, entre outras. Redes sociais existem há milhares de anos: um grupo de pessoas interagindo em volta de uma fogueira, em 3.000 a.C., já configurava uma rede social. O que muda sensivelmente entre aquelas primeiras redes sociais e as atuais é a sua abrangência de espaço e quantidade de pessoas conectadas, possibilitadas pelas redes e tecnologias móveis atuais. Uma pesquisa recente do PEW Internet & American Life Project (Lenhart, 2007), mostra a incrível penetração das redes sociais entre os jovens, apontando que 91% deles mantêm contato com os amigos via redes sociais, que 47% deles fazem novos amigos via redes sociais e que, para esse público, essas redes sociais substituem o e-mail, blogs, chats e álbuns de vídeo e foto. Um trabalho de arte (work in progress de nossa autoria) que explora esse contexto atual de explosão das redes sociais presenciais é o projeto Crystal Ball. Esse trabalho é uma bola de cristal on-line que mostra as imagens (coletadas do Google Images – <http://images.google.com>) para as top 10 tendências apontadas pela rede social presencial Twitter (<http://www.twitter.com>). Sua meta é causar consciência e reflexão sobre o poder que as redes sociais presenciais possuem em afetar o mundo e representá-lo. O trabalho permite que se veja o que está acontecendo de mais relevante (por meio das tendências do Twitter) em cada dado momento, como se fosse realmente uma bola de cristal. Isso mostra como as pessoas em qualquer rede social afetam umas às outras, mesmo quando elas não estão cientes disso (como acontece nas tendências do Twitter – ninguém pode controlá-las, mas cada pessoa contribui para criá-las).

Além das redes sociais, outra tecnologia móvel que surgiu nos últimos anos e tem o potencial de ampliar sensivelmente as ligações entre o mundo tangível físico e o mundo on-line digital são as mobile tags. Elas permitem a criação de links físicos no mundo tangível que dão acesso ao mundo on-line conectado via aparelhos móveis. Isso permite que teoricamente qualquer coisa ou pessoa no mundo físico possa conter um link para o mundo on-line, criando diversos graus de Realidades Mistas, por meio das mobile tags. Elas podem conter conteúdos codificados que vão desde textos puros até links para a web (URL). O trabalho recente “Sensitive Rose” (Gabriel, 2008) explora as potencialidades e poéticas das mobile tags (QRCodes) mapeando desejos em uma rosa dos ventos.



Locative Painting

Amigos ou Inimigos Disfarçados?

As capacidades do contexto móvel-ubíquo-computacional emergente são ilimitadas. A combinação de todas as tecnologias e mídias disponíveis atualmente pode criar um leque de possibilidades que vai de simples trocas de mensagens SMS a complexos serviços LBS (Location Based Services) que permitem que a informação nos encontre no momento certo, no lugar certo. A facilidade de usar os novos aparelhos aliada a todo tipo de possibilidades criam um cenário tecnológico bastante atrativo e sedutor.

Não podemos negar a utilidade e potencial dessas tecnologias emergentes. No entanto, deveríamos ficar cientes que, muitas vezes, elas parecem ser nossos amigos, mas, ao invés, podem trabalhar como inimigos disfarçados. Quanto mais sedutoras são essas tecnologias, mais perigosas elas se tornam, agindo de forma parecida com o famoso canto das sereias na Odisséia. Qualquer tecnologia traz riscos consigo, e não existe novidade nesse fato. A questão aqui é se as pessoas conhecem esses riscos e como eles afetam suas vidas. Qualquer pessoa sabe que um carro é um modo maravilhoso de transporte, mas que também pode matar; que o fogo é necessário para melhorar a vida, mas pode também destruir. Neste sentido, será que as

pessoas sabem os riscos de usar a web, o GPS, Wi-Fi, as redes sociais, busca, e todas outras tecnologias presentes em suas vidas? Será que as pessoas estão habilitadas em media literacy? Acreditamos que, pelo menos no momento atual, muitas vezes, não.

Normalmente as pessoas se sentem muito desconfortáveis diante câmeras de vigilância, muitas vezes não sendo capazes de agir naturalmente. No entanto, essas mesmas pessoas freqüentemente não se importam de carregar aparelhos com GPS, que são bonitos e amigáveis, mas que podem ser muito mais invasivos do que as tão temidas câmeras de vigilância. Será que elas sabem quem as está rastreando pelo GPS? Continuando o mesmo raciocínio, quantas pessoas usam conexões wireless gratuitas em áreas públicas sabendo o real risco de terem seus aparelhos invadidos (hackeados)? Quantas pessoas desligam as suas conexões bluetooth depois de compartilharem arquivos (música, localização, imagens, etc.) com seus amigos? Quantas delas continuam constantemente expostas sem perceberem?

Assim como existem trabalhos de arte que experimentam o contexto tecnológico emergente, existem também trabalhos que exploram a conscientização sobre esse mesmo contexto. Um trabalho muito interessante nesse sentido é o "Loca: Set To Discoverable" (Evans, 2006), que explora a conscientização sobre os riscos do bluetooth. "O trabalho faz com que as pessoas questionem as redes que elas povoam e reflitam sobre como o rastro de identidades digitais deixados por elas possa ser usado para o bem ou mal" (Evans, 2006).

Além do nível pessoal, o uso de tecnologias móveis pode também, e principalmente, afetar a sociedade como um todo. Os artigos “Terrorist ‘tweets’? US Army warns of Twitter dangers” (Breitbart, 2008) e “‘New Technology’ Enabled Terrorists in Mumbai Attacks” (Marketing Vox, 2008-1) reportam como a tecnologia tem sido usada por terroristas para causar dano e dor. Outros relatórios mostram que grupos de pessoas usaram o Twitter e aparelhos móveis para organizar manifestações políticas, de modo muito rápido, nas últimas eleições presidenciais nos Estados Unidos (Marketing Vox, 2008).

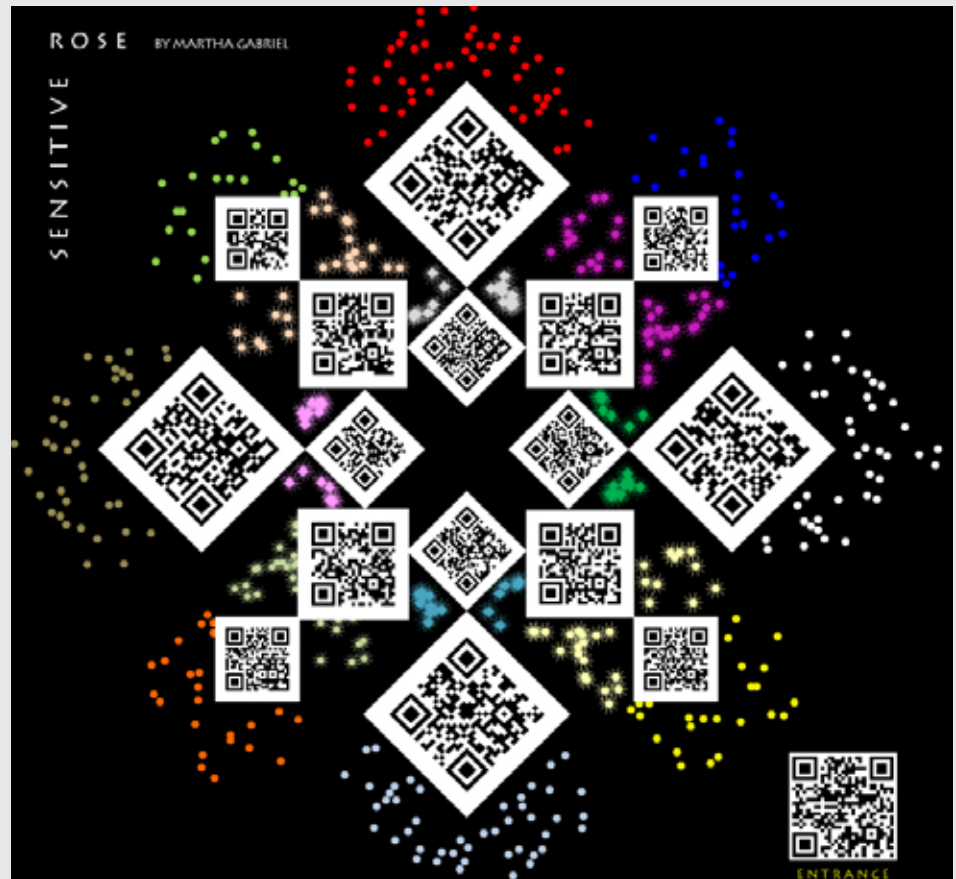
Acreditamos que todas as tecnologias relacionadas com computação ubíqua afeta nossas vidas, independente de se nos beneficiam ou não. No entanto, devido a diversas razões que serão discutidas mais na frente nesse texto, existe uma dessas tecnologias que permeia todas as outras – a busca. Usamos a busca em computadores desktop e aparelhos móveis para encontrar informações e pessoas na web, em redes sociais, em sistemas GPS, e em qualquer outro sistema ou rede on-line. Apesar de cada tecnologia merecer uma pesquisa sobre suas potencialidades e riscos, isso está além do escopo deste trabalho. Sugerimos aqui que a busca é um aspecto bastante determinante de nossas vidas contemporâneas e, portanto, focaremos nisso a seguir.

A pesquisa que se segue sobre busca foi a base para o desenvolvimento do trabalho de arte “Digital Oracles” (Gabriel, 2006).

A Era da Busca

Podemos definir Busca como o processo pelo qual se obtém informações relevantes por meio de aplicação de critérios e filtros de relevância em grandes volumes de informação. Um exemplo de busca seria quando se está procurando um livro em uma biblioteca – o critério de relevância seria o tipo de livro (gênero, autor, idioma, assunto, etc.) que se deseja ler no momento, e isso filtraria as opções de escolha. As atividades de busca podem se utilizar de sistemas que auxiliem na filtragem do grande volume de informação. Esses sistemas podem ser computacionais, ou não. No caso da busca por um livro, os tradicionais sistemas de indexação das bibliotecas (com cartões de papel) permitem rapidamente encontrar um livro, desde que o critério de busca coincida com os mesmos critérios que foram usados para indexar os livros da biblioteca – normalmente: título,

Sensitive Rose



autor, categoria, ano e editor. No entanto, se a busca for por uma frase que esteja contida dentro do livro, provavelmente os sistemas tradicionais de indexação de livros não poderá ajudar, pois eles não indexam esse tipo de informação (e para esse tipo de sistema manual, seria inviável tal indexação). Nesse caso, imaginando-se uma biblioteca de 1000 livros e que seja possível ler um livro por dia, se tivéssemos que ler o conteúdo de um a um para encontrar o que buscamos, o processo levaria quase três anos. Por outro lado, se todos esses livros estivessem digitalizados e disponíveis em um sistema computacional de indexação de conteúdo na biblioteca, a busca por uma frase poderia ser feita em segundos. Assim, os sistemas computacionais e os bancos de dados são importantes catalisadores impulsionadores da atividade de busca.

O crescimento contínuo da web e a conseqüente complexidade advinda disso tornam muito difícil para os humanos encontrarem a informação que precisam dentro dela. Nesse contexto, vários fatores se somam para nos conduzir a uma Era da Busca: a) a plataforma da Web 2.0 (O'Reilly, 2005); b) o fenômeno da Long Tail (Anderson, 2006); c) o paradoxo da escolha (Schwartz, 2005) e; d) a expansão da computação ubíqua on-line.

Primeiramente, devido à facilidade de se publicar e compartilhar conteúdo na Web 2.0, teoricamente qualquer pessoa pode publicar na web. Ao mesmo tempo em que isso é bom, pois traz liberdade às pessoas, por outro lado surge o problema da multiplicação de conteúdo em velocidade vertiginosa. Some-se a isso que normalmente não existe controle sobre a qualidade dessa enorme quantidade de conteúdo publicado. A conseqüência disso é a necessidade de filtros e validação, criando assim um ambiente próspero para a busca. Segundo, devido à natureza da web em que não existem limitações físicas para se mostrar e armazenar qualquer tipo de informação, acontece o fenômeno da Cauda Longa (Long Tail) (Anderson, 2006) que mostra que é sempre possível se oferecer e ter uma infinidade de opções, ao invés de apenas as mais populares. A coexistência de tudo de uma vez traz novamente a necessidade de filtros e validações. Terceiro, de acordo com o Paradoxo da Escolha (Schwartz, 2005), quando as opções de escolha aumentam, nos sentimos mais angustiados ao invés de nos sentirmos mais livres e felizes para escolher. Assim, as ferramentas de busca com filtros podem beneficiar o cenário da escolha, facilitando-a e diminuindo a angústia. Finalmente, as melhorias na conectividade on-line (acessibilidade à banda larga, smartphones, PDAs, GPS, etc.) potencializam a conveniência da busca – em qualquer lugar, em qualquer instante.

Assim, estamos cada vez mais experimentando a Era da Busca, em que os mecanismos de busca (como o Google e Yahoo! na web; buscas em sistemas de localização GPS; buscas em redes sociais; buscas por lugares e pessoas no Second Life, por exemplo) são diária e freqüentemente usados ao redor do mundo por humanos para encontrarem o que procuram nos infindáveis nós e rotas informacionais.

A habilidade de mostrar caminhos e dar informações é a essência de um oráculo (Abrão, 2000). Desde a antiguidade, como na Grécia e Roma antigas, os oráculos têm sido usados pelos homens para ajudá-

**Avatares
circulam pelo
Second Life**



los em suas escolhas, caminhos e decisões. Oferecendo respostas, informações, muitas vezes sugerindo complementações sobre o que se procura, e ajudando a tomar decisões, os mecanismos de busca funcionam como verdadeiros ‘oráculos digitais’.

Oráculos Digitais

Desde que surgiu o primeiro mecanismo de busca na web em 1994, o Yahoo! (Yahoo!, 2005), muitos outros apareceram e desapareceram, culminando no atual reinado do Google, lançado em 1998 e considerado hoje o maior, mais popular, e o mais usado mecanismo de busca existente (Jacks, 2005).

O sucesso dos mecanismos de busca é incontestável. Em 2004, 84% dos americanos on-line já os usavam e, entre eles, 87% declararam que encontraram a informação que precisavam na maioria dos casos (Fallows, 2004). Em 2005, a ‘busca’ se tornou a segunda atividade mais popular na internet, perdendo apenas para o e-mail (Rainie, 2005). Os buscadores mais usados são o Google, seguido pelo Yahoo!, MSN Search, Ask Jeeves e AOL Search. A tendência é que o uso de buscadores ultrapasse o e-mail no futuro.

As opções de busca na web são incontáveis e irresistíveis. Existem sempre coisas interessantes para serem encontradas. De simples buscas de palavras isoladas a inteiros parágrafos de texto, busca booleana avançada, conversão de medidas e moedas, definições idiomáticas, calculadoras, imagens, visualização de imagens de satélites, filmes em cartaz, etc., são apenas alguns exemplos do que conseguimos obter por meio dos oráculos digitais. Some-se a isso, ainda, a opção da busca começar direto de dentro do seu aparelho, como é oferecido pelo Google Desktop.

Da inegável utilidade e importância desses oráculos digitais – sem os quais nosso acesso e penetração na web e sistemas seriam muito limitados – vem também o grande poder que eles exercem sobre nós

e a sociedade como um todo. A partir do momento em que usamos tais mecanismos e acreditamos nos resultados que obtermos por meio deles, escutando suas vozes, estamos dando a eles poder e credibilidade.

Do mesmo modo que na antiguidade as pessoas usavam oráculos se submetendo ao seu poder – que determinava, muitas vezes, o destino de nações –, sugerimos aqui que os usuários dos atuais oráculos digitais também se submetem a eles. No entanto, enquanto que na antiguidade o poder divino e místico dos oráculos era bem conhecido por seus usuários, nos atuais oráculos digitais sugerimos que talvez as pessoas pensem que elas controlam as suas escolhas, sem perceber o poder que os oráculos detêm. Apesar dos mecanismos de busca serem entidades digitais, e não espirituais ou divinas, talvez o seus ‘conselhos’ sejam tão poderosos quanto, ou mesmo mais influentes, do que os dos oráculos antigos.

Segundo Rainie (2005), as pessoas estão usando cada mais intensamente os mecanismos de busca: quanto mais experiente um usuário se torna na web, mais ele usa esses mecanismos. Portanto, com o passar do tempo, podemos dizer que os oráculos digitais tendem a exercer cada vez mais influência nas pessoas, já que mais e mais pessoas se tornam usuários da web, e tendem, portanto, a ser tornar mais experientes com o passar do tempo.

O Poder da Busca

O poder de um oráculo em determinar os nossos caminhos e escolhas está intimamente ligado à confiança que damos a ele. Na antiguidade, o poder divino atribuído aos oráculos garantia a credibilidade de suas respostas. Nos tempos atuais, a crença de que estamos obtendo as respostas corretas para nossas perguntas é o poder que endossa os oráculos digitais. Poderíamos adicionar, ainda, neste último caso, que os mecanismos de busca amplificam dois importantes fatores que não estavam presentes nos oráculos antigos – a disponibilidade e a facilidade de uso, em outras palavras, conveniência. Ao contrário dos oráculos antigos – que eram entidades de difícil acesso e davam como

Digital
Oracles

Digital
Oracles

privacidade

PERGUNTE:

para

escolha um oráculo

Google
AOL Search
Cade?
eXcite
Ask

buscar

resposta “expressões vagas e incertas, sujeitas a várias interpretações” (Abrão, 2000, p. 222) --, hoje estamos sempre a apenas um clique de distância de qualquer oráculo digital e suas respostas são sempre claras e imediatas.

A participação dos mecanismos de busca, especialmente o Google, em nossas vidas diárias, tem se tornado tão forte que em 2006 a palavra “google” se tornou um verbo da língua inglesa, no Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary (Lombardi, 2006):



Main Entry: goo·gle
Pronunciation: \ gū-g \\
Function: transitive verb
Inflected Form(s): goo·gled; goo·gling \-g(-)lɪŋ\
Usage: often capitalized
Etymology: Google, trademark for a search engine
Date: 2001
: to use the Google search engine to obtain information about (as a person) on the World Wide Web

O recente filme, “Meet Dave” -- 20th Century Fox, 2008 --, expressa de modo bastante interessante a influência que o Google exerce hoje em nossa sociedade: no filme, os seres extra-terrestres usam o Google para aprender tudo sobre os seres humanos e o planeta Terra, o que sugere que se pode conseguir qualquer informação confiável sobre o nosso mundo e a resposta para qualquer questão simplesmente usando o Google.

No entanto, apesar da inquestionável disponibilidade e facilidade de uso proporcionada pelos mecanismos de busca, outras características relacionadas com a credibilidade que atribuímos a eles e o poder que eles detêm não são sempre tão claros e transparentes para todos os seus usuários. Sabemos exatamente ‘onde’ os mecanismos buscam por nossas perguntas? Estamos realmente obtendo as melhores respostas para elas? Em que medida essas respostas ‘influenciam’ nossas vidas e a sociedade como um todo? Como essa influência, caso ela exista, acontece? Qual é o nível de privacidade que existe enquanto estamos ‘conversando’ com tais oráculos? E o nível ético? Essas são algumas das questões naturais que surgem conforme o uso e popularidade dos oráculos digitais crescem.

Esses questionamentos envolvem vários campos de estudo e certamente não poderíamos respondê-los aqui. No entanto, a intenção deste trabalho é apresentar algumas análises que podem nos ajudar na reflexão sobre o contexto social e tecnológico em que estamos imersos, no qual a busca está certamente tomando uma parte importante.

Por Detrás da Busca

‘Web indexada’ é a parte da web que já foi indexada pelos mecanismos de busca, e a ‘web visível’ é a parte que é ‘visível’ para eles, ou seja, a parte que pode ser indexada. Entretanto, considerando a web como um todo, existe ainda a ‘web profunda’ que é muito maior que a web visível e está estimada em 500 bilhões de páginas (Bergman, 2001). A web profunda ou ‘invisível’ refere-se ao conteúdo bloqueado por trás dos bancos de dados e outros sistemas que os mecanismos de busca não conseguem extrair. Estudos mostram que a web indexada conta com aproximadamente 11,5 bilhões de páginas hoje. O Google indexa 76% disso e 69% da web visível, liderando o ranking dos mecanismos de busca (Sullivan, 2005). Assim sendo, podemos dizer que os oráculos digitais executam suas buscas em apenas aproximadamente 2% da web toda. Isso é uma limitação que talvez não seja conhecida por todos os usuários .

Além disso, a questão envolvendo ‘de onde’ as respostas são obtidas – ou seja, o universo de dados usado pelos mecanismos de busca – vai um pouco além do tamanho da web. Os mecanismos de busca podem também determinar o que pode, ou não, ser adicionado à sua base de dados. O critério para o uso deste tipo de filtro pode ter boas intenções. Entretanto, este é ainda mais um poder que pode ser exercido por eles. Alguns fatos, como a eliminação do website da BMW alemã da base de dados do Google (Doria, 2006), e o caso do Google aplicar censura na China (Estadão, 2006), colocam em evidência dois poderes que os oráculos digitais têm: o poder de ‘apagar’ ou ‘eliminar’, no caso da BMW; e o poder de ‘controlar’ ou ‘filtrar’, no caso da China. Esses poderes podem determinar quem ‘vive’ ou ‘morre’ na vida on-line, e isso certamente tende a ter conseqüências profundas na sociedade off-line também, conforme ela se alimenta cada vez mais das informações fornecidas pelos mecanismos de busca.

É interessante notar que mesmo uma pessoa que não seja usuária de mecanismos de busca pode ser afetada por eles em uma sociedade onde eles exerçam influência. Um exemplo disso é quando não somos encontrados em uma determinada busca. Isso traz à tona um importante questionamento existencial: se não somos encontrados, ou se não estamos incluídos na base de dados, então, na realidade, não existimos naquele contexto? Provavelmente existem diversas correntes discutindo esse tema, mas podemos certamente dizer que a influência e o poder dos mecanismos de busca vão além do domínio das pessoas que os usam, alcançando também a sociedade e elementos externos a eles.

Outro poder, e talvez o maior poder que os mecanismos de busca na web possuem, é determinado pelos hábitos de seus usuários: eles não lêem muito além da primeira página de resultados fornecida como respostas para suas buscas ou perguntas. Conforme pesquisa de 2002 (Greenspan, 2002), mais da metade dos usuários de internet abandonam suas buscas depois das duas primeiras páginas de resultados e mais de 75% dos usuários confiam nos resultados de busca. Outra pesquisa, em 2004 (iProspect, 2004), mostra que esse número tende a permanecer o mesmo e que 81.7% dos usuários de internet raramente lêem além da terceira página de resultados. Esses hábitos dos usuários tornam extremamente importante a primeira página de resultados porque não estar entre os top 10 resultados em uma busca pode determinar a sobrevivência e sucesso de um website, ou seu fracasso. Não estar

Search Engine	Search Hours Per Month (in millions)	Search Minutes Per Day (in millions)	Searches Per Day (in millions)
Google	18.7	37	112
AOLSearch	15.5	31	93
Yahoo	7.1	14	42
MSNSearch	5.4	11	32
Ask Jeeves	2.3	5	14

Acima, os cinco motores de busca com maior audiência da Internet

posicionado entre os primeiros resultados listados em uma determinada busca, pode significar 'não existir'. Podemos chamar esse fenômeno de a "Ditadura dos Top 10" e, devido à ela, cada vez mais pessoas e empresas lutam para descobrir técnicas para otimizar a posição em que aparecem nos resultados de busca, na tentativa de alcançar os primeiros resultados e se manter lá. Essas técnicas são chamadas de SEO (Search Engine Optimization) e como os mecanismos de busca não revelam suas regras, critérios e algoritmos de cálculo de posicionamento, as técnicas de SEO normalmente são obtidas de forma empírica, por análise lógica e tentativa e erro.

As técnicas de SEO funcionam? Seguramente, sim. Temos aplicado essas técnicas nos últimos anos em todos os websites que mantemos. Vários casos de sucesso de SEO são freqüentemente reportados, como no site Intrapromote (Intrapromote, 2005) e no livro "Marketing de Otimização de Buscas na Web" (Gabriel, 2008-1).

A essas alturas, se percebemos que as pessoas conseguem modificar a ordem dos resultados de busca e, eventualmente, os próprios resultados apresentados pelos mecanismos de busca, poderíamos questionar, afinal de contas, qual é o real nível de credibilidade nas respostas para nossas buscas. Tudo pode ser manipulado? Nem tudo, mas é importante estar ciente de que o controle do processo não está apenas nas mãos dos mecanismos de busca, e que influências externas intencionais são possíveis até certo ponto.

Focando um pouco mais em influências, apesar de cada mecanismo de busca ter sua própria fatia de público específico e leal, conforme pesquisa realizada em 2006 (Compete, 2006), o Google detém o maior market share e a preferência dos usuários da internet e governa a web atual com um leque crescente de produtos associados. Cada novo item lançado aumenta seu poder e penetração, que tem sido comparado à poderosa Microsoft (Mills, 2005). A preocupação sobre o domínio do Google e sua rápida expansão em poucos anos inspiraram, em 2004, a criação do filme EPIC 2014, que sugere a extinção da mídia impressa no futuro (Sloan, 2004) & (Sloan, 2005).

Indo além da especulação sobre o futuro, questões atuais e legítimas sobre privacidade em relação aos mecanismos de busca têm pulsado na mídia. Um artigo da ZDNet.com, "FAQ: When Google is not your friend", apresenta um resumo das vulnerabilidades relacionadas ao uso dos mecanismos de busca, incluindo o Google, e como as informações dos usuários e seu históricos de buscas são coletados e podem ser usados contra eles (McCullagh, 2006).

Informação é poder, realmente. No entanto, no momento em que usamos os mecanismos de busca para obter informação que nos traz algum tipo de poder, nós também estamos dando de volta a eles informações pessoais e, assim, dando a eles poder também.

Conclusões

As análises e questionamentos aqui apresentados têm como objetivo instigar reflexões sobre o uso de tecnologias móveis, com um foco principal na busca enquanto seu uso é um processo determinante de nossas escolhas. Nesse sentido, acreditamos ser apropriado comparar os mecanismos de busca aos oráculos da antiguidade.

Naturalmente, a influência que os mecanismos de busca exercem sobre as pessoas e as sociedades depende de vários fatores, incluindo o nível de inclusão digital dessas pessoas e sociedades. No entanto, não podemos nos esquecer que a inclusão digital e o nível de digitalização das sociedades estão crescendo, e conseqüentemente, do mesmo modo, cresce também a busca.

É inegável a necessidade e importância dos mecanismos de busca que nos dão acesso a uma vasta quantidade de informações, mesmo que essa imensa quantidade seja apenas uma pequena porcentagem da web toda. Devemos nos lembrar, no entanto, que a transferência de informações entre mecanismos de busca e usuários é mútua e, assim, quando usamos mecanismos de busca, o poder cresce nas duas extremidades - sempre.

A presença dos mecanismos de busca em nossas vidas tende a ser irreversível e crescente. Sua popularização e expansão são uma constante que temos experimentado nos últimos anos, compreendendo, inclusive, outros serviços e funcionalidades. No entanto, estamos apenas vislumbrando a ponta do iceberg. Questionamentos sobre seu tamanho, quanto ele pode afetar nossas vidas, e para onde ele tende a se mover, devem estar sempre presentes em nosso mar.

Novos estudos e tecnologias têm sido desenvolvidos, e vários deles têm potencial para abordar alguns questionamentos levantados aqui. Esse é o caso dos novos modos de meta-busca ou apresentação de resultados, como nas tentativas no Kartoo (Kartoo, 2008), Webbrain (Webbrain, 2008) ou Llorcs (Llorcs, 2008), que podem minimizar o impacto da "ditadura dos top 10". A busca semântica é outra nova fronteira que poderá modificar bastante o cenário.

Busca é filtro: sempre que usamos um processo de busca, estamos recebendo apenas parte da informação possível, regulada pelo filtro. A questão é se estamos recebendo a parte que precisamos e queremos, ou se estamos sendo manipulados pelo que recebemos.

Apesar das especulações e tendências que foram apontadas sobre o futuro, esperamos que com o passar do tempo, a ética domine a web e a evolução dos mecanismos de busca, que a indexação da informação alcance o total da informação disponível no universo e que as buscas apresentem aspectos refinados focados no usuário, ser humano, trazendo sempre as respostas mais adequadas a ele. Se assim será ou se EPIC 2014 se tornará realidade, depende da própria web, de seus usuários e seus oráculos.

No século XX, acadêmicos e intelectuais costumavam se preocupar com a influência e o poder da televisão e propaganda como elementos alienadores na sociedade. Hoje, sugerimos que deveríamos prestar mais atenção na busca como um dos mais poderosos fatores que afetam o nosso mundo.

Referências

- 1 COG. 2005. Don't say 'search engine' - say 'Google'. (<http://www.1cog.com/searchengine-statistics.html>), acessado em jan.10.2006.
- ABRÃO, B. S. & COSCODAI, M. U. (org.). 2000. Dicionário de Mitologia. São Paulo: Ed. Best Seller.
- ANDERSON, C. 2006. The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More. US: Hyperion.
- BELOFF, L. 2004. Head. (<http://www.realitydisfunction.org/head/>), acessado em dec.17.2008.
- BERGMAN, M. K. 2001. The Deep Web: Surfacing Hidden Value. (<http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/text-idx?c=jep;view=text;rgn=main;idno=3336451.0007.104>), acessado em 7.jan.2009.
- BERGMAN, M. K. 2007. The Murky Depths of the 'Deep Web'. (<http://www.mkbergman.com/?p=343>), acessado em dec.9.2008.
- BLAST THEORY. 2001. Can You See Me Now?. (http://www.blasttheory.co.uk/bt/work_cysmn.html), acessado em dec.17.2008.
- BREITBART.COM. 2008. Terrorist 'tweets'? US Army warns of Twitter dangers. (http://www.breitbart.com/article.php?show_article=1&id=081025182242.js2g2op8), acessado em nov.8.2008.
- COMPETE INC. 2006. Compete, Inc. Redefines Search Engine Loyalty In New Report. (http://www.compete.com/news_events/pressRelease.xtp?id=95), acessado em feb.25.2006.
- DORIA, P. 2006. O Poder de apagar a BMW. (http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6447), acessado em feb.13.2006.
- ESTADÃO. 2006. Google se adapta à censura chinesa. (http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6286), acessado em feb.1.2006.
- EVANS, J. et al. 2006. Loca: Set To Discoverable. (<http://www.loca-lab.org/>), acessado em oct.28.2008.
- FALLOWS, D., RAINIE, L. & MUDD, G. 2004. Data Memo on Search Engines. (http://www.pewinternet.org/PPF/r/132/report_display.asp), acessado em mar.15.2005.
- FOGG, B. J. 2002. Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do. San Francisco: Morgan Kaufmann. Book also available on-line in Google Books at (http://books.google.com.br/books?id=aSfvNuUJNoUC&dq=fogg+persuasive+technology&printsec=frontcover&source=bn&hl=pt-BR&sa=X&oi=book_result&resnum=4&ct=result#PPP1,M1), acessado em oct.24.2008.
- GABRIEL, M. C. C. 2006. Digital Oracles. (<http://www.digitaloracles.com.br/>), acessado em apr.1.2008.
- GABRIEL, M. C. C. 2007. Locative Painting. (<http://www.locativepainting.com.br/>), acessado em dec.10.2007.
- GABRIEL, M. C. C. 2008. Sensitive Rose. (<http://www.sensitiverose.com/>), acessado em nov.19.2008.
- GABRIEL, M. C. C. 2008-1. Marketing de Otimização de Buscas na Web: Conceitos, Técnicas e Estratégias. São Paulo: Esfera.
- GOOGLE. 2008. Google Web Search Features. (<http://www.google.com/help/features.html>), acessado em may.5.2008.
- GREENSPAN, R. 2002. Search Engine Usage Ranks High. (http://www.clickz.com/stats/sectors/advertising/article.php/5941_1500821), acessado em aug.10.2005.
- GREENFIELD, A. 2006. Everywhere: The Dawning Age of Ubiquitous Computing (Voices That Matter). Indianapolis: New Riders Publishing.
- GULLI, A. & SIGNORINI, A. 2005. The Indexable Web is more than 11.5 billion pages. (<http://www.cs.uiowa.edu/~asignori/web-size/>), acessado em aug.10.2005.
- IDG NOW. 2005. Filme sugere a extinção da mídia pelo Google. (http://idgnow.uol.com.br/AdPortalv5/InternetInterna.aspx?G_UID=75CF1797-33964A97-9316-3F11E174A1FC&ChannelID=2000012), acessado em oct.12.2005.
- INTRAPROMOTE. 2005. Search Engine Marketing Case Studies: Intrapromote Client List Success Stories. (<http://www.intrapromote.com/case-studies.html>), acessado em feb.20.2006.
- iPROSPECT. 2004. Search Engine Users Attitude. (<http://www.iprospect.com/premiumPDFs/iProspectSurveyComplete.pdf>), acessado em may.02.2005.
- iPROSPECT. 2004-1. Search Engine Marketing Ethics – Adhere to the Highest Standards. (http://www.iprospect.com/premiumPDFs/ethics_white_paper.pdf), acessado em may.2.2005.

JACKS, M. 2005. The History of Google – Searching the World. (<http://www.work-at-home-net-guides.com/articles/history-of-google.html>), acessado em dec.10.2005.

KARTOO. 2008. KartOO metamotor de pesquisa. (<http://www.kartoo.com/>), acessado em apr.1.2008.

LENHART, A. & al. 2007. Teens and Social Media: (http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf), acessado em 10.nov.2008.

LLORCS. 2008. Llorcs – an easier way to search the internet. (<http://www.llorcs.com/>), acessado em apr.1.2008.

LOMBARDI, C. 2006. Google joins Xerox as a verb. (http://news.cnet.com/Google-joins-Xerox-as-a-verb/2100-1025_3-6091289.html) acessado em apr.01.2008.

MANEY, K. 2004. Next big thing: The Web as your servant. (http://www.usatoday.com/tech/webguide/internetlife/2004-10-01-cover-web_x.htm), acessado em apr.1.2007.

MARKETING VOX. 2008. Terrorists May Twitter, Army Says. (<http://www.marketingvox.com/terrorists-may-twitter-army-says-041675/>), acessado em oct.28.2008.

MARKETING VOX. 2008-1. 'New Technology' Enabled Terrorists in Mumbai Attacks. (http://www.marketingvox.com/new-technology-enabled-terrorists-in-mumbai-attacks-042360/?utm_campaign=newsletter&utm_source=mv&utm_medium=textlink), acessado em dec.10.2008.

Mc CULLAGH, D. 2006. FAQ: When Google is not your friend. (http://news.zdnet.com/2100-9588_22-6034666.html?tag=nl.e539), acessado em feb.10.2006.

MEDIA AWARENESS NETWORK. 2008. What is Media Literacy?. (http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/what_is_media_literacy.cfm), acessado em dec.10.2008.

MILLS, E. 2005. Google builds an empire to rival Microsoft. (http://news.zdnet.com/2100-9588_22-5875433.html?tag=nl.e589), acessado em sept.21.2005.

MORVILLE, P. 2005. Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become. US: O'Reilly Media, Inc.

O'REILLY. 2005. What is Web 2.0. (<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>), acessado em nov.25.2006.

RAINIE, L. 2005. Search engine use shoots up in the past year and edges towards email as the primary internet application. (http://www.pewinternet.org/PPF/r/167/report_display.asp), acessado em dec.10.2005.

SCHWARTZ, B. 2005. The Paradox of Choice: Why More is Less. US: Harper Perennial.

SHILOV, A. 2008. Mobile Internet Devices to Surpass Netbooks – Analyst. 200 Million Ultra Mobile Devices to Ship in 2013. (http://www.xbitlabs.com/news/mobile/display/20080924223443_Mobile_Internet_Devices_to_Surpass_Netbooks_Analyst.html), acessado em nov.8.2008.

SLOAN, R. & Matt Thompson. 2004. Epic 2014. (<http://www.robinsloan.com/epic/>), acessado em dec.10.2004.

SLOAN, R. & Matt Thompson. 2005. Epic 2015. (<http://www.albinoblacksheep.com/flash/epic>), acessado em oct.12.2005.

SULLIVAN, D. 2005. New Estimate Puts Web Size at 11.5 Billion Pages & Compares Search Engine Coverage. (<http://blog.searchenginewatch.com/blog/050517-075657>), acessado em aug.10.2005.

WEBBRAIN. 2008. Webbrain – The smartest way to see the web. (<http://www.webbrain.com/>), acessado em apr.1.2008.

WIKIPEDIA. 2008. 3G. (<http://en.wikipedia.org/wiki/3G>), acessado em nov.8.2008.


WIKIPEDIA. 2008-1. RFID. (<http://en.wikipedia.org/wiki/Rfid>), acessado em nov.8.2008.

WIKIPEDIA. 2008-2. LBS. (http://en.wikipedia.org/wiki/Location-based_service), acessado em nov.8.2008.

WIKIPEDIA. 2009. Mixed Reality. (http://en.wikipedia.org/wiki/Mixed_reality), acessado em 15.jan.2009.

WORLD WIDE WEB SIZE. 2008. The size of the World Wide Web. (<http://www.worldwidewebsite.com/>), acessado em jan.7.2008.

YAHOO!. 2005. The History of Yahoo!. (<http://docs.yahoo.com/info/misc/history.html>), acessado em jul.10.2005



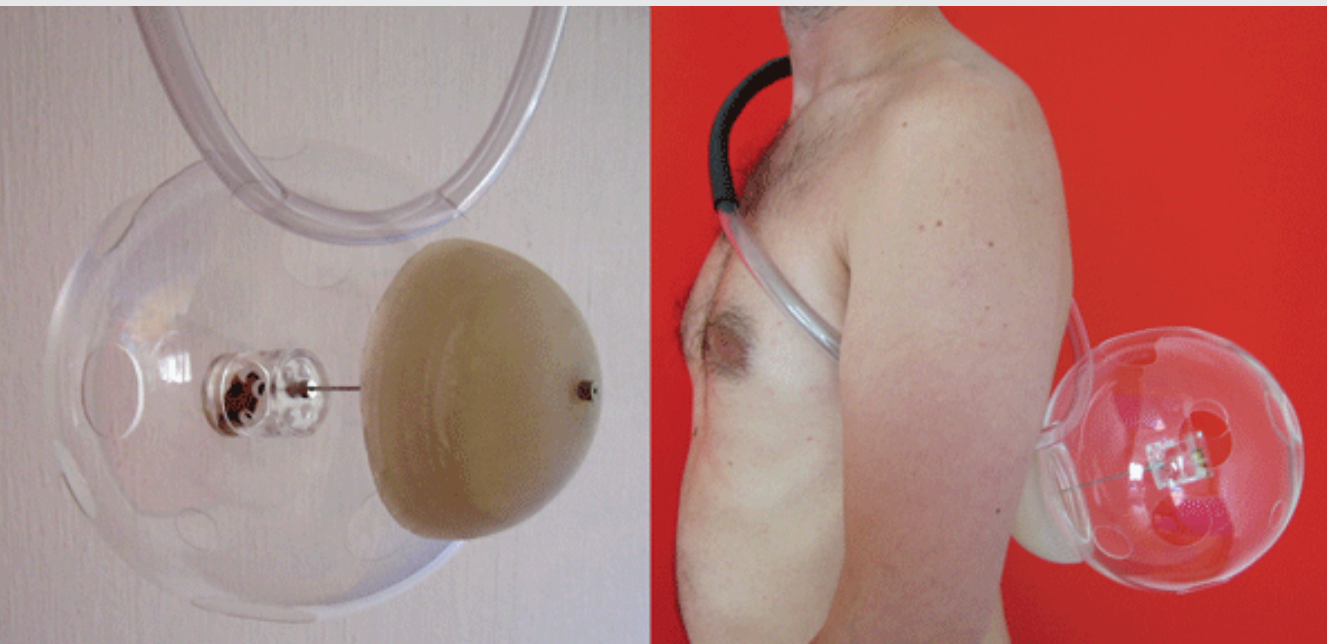
o hibronauta, um protonauta
do futuro - sobre tecnologias
vestíveis como artefatos

por laura beloff [2046]

Durante o final do século 20 e as primeiras décadas do século 21 no mundo ocidental, as tecnologias da comunicação mudaram muito rapidamente. Esta mudança foi trazida pela conversão de tecnologias de telecomunicações fixas, tais como linhas telefônicas, em tecnologias móveis de telecomunicações baseadas em uma combinação de redes de celulares sem fios e linhas telefônicas tradicionais, e posteriormente em sistemas de satélite. Ao longo de várias décadas anteriores, numerosos desenvolvimentos técnicos inovadores diminuíram o tamanho dos componentes eletrônicos. O impacto destes desenvolvimentos resultou no surgimento de várias outras tecnologias móveis, além de telefones celulares e PDAs (1). Por exemplo, sofreram impacto rádios e televisões portáteis operados por bateria, diversos dispositivos móveis de áudio com capacidade de armazenamento, dispositivos GPS (2) ligados à satélites para transmissão de dados geográficos, e pequenos computadores portáteis.

Além disso, a expansão das chamadas tecnologias “footprints” causou uma intensa pesquisa e desenvolvimento de tecnologias portáteis. Pequenos gadgets que eram anteriormente portáteis desapareceram gradualmente nas roupas ou foram concebidos para tornarem-se peças discretas de vestuário e/ou embutidas ergonomicamente juntas ao corpo.

Este tipo de tecnologia “vestível” foi utilizada em muitos locais de trabalho, especialmente quando o acesso remoto à rede era necessário. Entre os tecno-ufanistas e os tecno-partidários era moda usar pequenas jóias como gadgets ou componentes tecnológicos embutidos dentro do vestuário, como as matrizes de LED ou brinquedos robóticos, que normalmente só tinham design funcional.



The Head: o trabalho de Laura Beloff explora o potencial dos computadores vestíveis

No setor comercial, a indústria militar e a da saúde foram os principais defensores do desenvolvimento da tecnologia vestível nesse período, resultando em uma ampla variedade de sistemas de vigilância sanitária e apoio a processos de cicatrização dérmicos, bem como de inúmeras aplicações com fins militares que incidiram principalmente sobre transmissões de dados entre os centros de comando e os soldados.

Em suma, pode-se dizer que a maioria dos dispositivos e aplicativos “vestíveis” desenvolvidos desde a década de 1990 até 2020 foram destinados a ser tanto funcionais como na moda e, em muitos casos, destinavam-se a ser as duas coisas. Esta atitude revela a expectativa de que a tecnologia tinha que ser necessariamente útil e apta a prestar um serviço e, em muitos casos, ser plenamente na vida cotidiana pelo design (vestível) elegante (3).


Entretanto, um meticuloso exame do campo durante o final do século XX e início do XXI revela que também apareceram abordagens distintas das tecnologias vestíveis, que não caberiam propriamente nas duas categorias acima mencionadas. Estas obras complementares, ou projetos, foram muitas vezes categorizados sob o rótulo de “arte” com algumas exceções ocasionais, e pareciam ter surgido primeiramente como artefatos culturais, e não como artefatos funcionais.

Estes vestíveis artísticos não eram meros softwares desenvolvidos para os dispositivos comerciais existentes, nem visavam um maior desenvolvimento dos dispositivos nem a sua funcionalidade. Pelo contrário, eles pareciam ironizar os desejos da sociedade, e suas projeções sobre a natureza da própria tecnologia. Estas obras eram, por vezes, pesadas. Por exemplo, elas eram fortemente visuais, de grande dimensão, e poderiam ter sido bastante desconfortáveis caso fossem adotadas para o uso a longo prazo.

É quase impossível sustentar que estes vestíveis artísticos, que claramente não estavam seguindo uma suposta exigência de tornar-se mais na moda, nem apoiando o pressuposto de desaparecimento da tecnologia (4), não tivessem relação alguma com a moda.



Túnel entre Helsinki e Tóquio, criado por Laura Beloff e estudantes de design japoneses



Bota de sete léguas: revisão cibernética de práticas comuns em contos de fadas é uma das vertentes do trabalho de Bellof

A historiadora da arte Anne Hollander (1975) afirmou sobre o que vestimos: “vestir é uma forma de arte visual, ela mesma como sua própria mídia /.../ Vestir é sempre vislumbrar uma manufatura, com referência às condições reais de visibilidade das imagens, que indicam a forma como as roupas serão percebidas” (5). Segundo Hollander, roupas não fazem o homem, mas a imagem do homem.

Se considerarmos a moda e o vestuário em um corpo com uma tradição da cultura visual baseada na criação de uma imagem, então nos parece que estes vestíveis artísticos criados durante a primeira década deste século usavam um tipo de método similar, seguindo as tradições das artes visuais. Apesar disso, a maioria das tecnologias vestíveis, naquela altura, foram analisadas e avaliadas tendo em vista as funcionalidades oferecidas, ao invés de outras mensagens que eventualmente pudessem encaminhar.

A Moda como criação de imagem, como descreveu Hollander, é baseada no argumento de que nós, no mundo ocidental, vestimos de acordo com as imagens que nos rodeiam. Moda é criar uma imagem das roupas com o corpo derivada de outras imagens que nos rodeiam, imagens da fotografia, do cinema, da publicidade, das artes visuais e da cultura no geral. De acordo com Hollander, a moda tem imitado, ou seguido, muitas vezes, imagens já existentes, como por exemplo, os estilos usados por estrelas do cinema na tela. As mudanças na cultura visual afetam a moda, assim como o contrário também ocorre.

Pode-se alegar que a prática de projetar vestíveis artísticos pode ser vista como um aspecto da criação de imagens dentro da cultura visual.

Mas, diferentemente da tendência em imitar as imagens existentes, como Hollander sustenta acontecer na Moda, esses vestíveis artísticos estavam realmente produzindo novas imagens. Eles não respeitam a tradição de representação nas artes visuais, em



**Olho remoto: em *The Head*,
fotos disparadas por SMS
registram o trajeto do objeto
pelo espaço físico**

vez disso, eles apresentaram ao público um novo imaginário vital, destinado a apontar problemas (ou seja, comentários e/ou ironia), relativos às tecnologias emergentes.

Se analisarmos esses vestíveis artísticos no contexto da arte, podemos traçar uma trajetória de obras a partir de uma história, que parecem seguir uma linha semelhante e que, aparentemente, têm sido ignorados pela investigação acadêmica, como Susan Ryan notou, em 2008. De acordo com Ryan, “a arte séria em forma de roupas, apresentada sobre o corpo (ao invés de uma parede, por exemplo), surgiu nos anos de 1950 e 1960, juntamente com o interesse do mundo no corpo (sob o rótulo de body art), e também nas formas de arte baseadas no tempo, como a performance e vídeo.

Artistas como Atsuko Tanaka (*Electric Dress*, 1959) criaram obras vestíveis que poderiam ser usadas ou “penduradas” (6). Obras tecnológicas vestíveis, como a citada *Electric Dress* do artista japonês Tanaka, ou a obra do artista austríaco Walter Pichler, por exemplo, *The Small Room and TV-Helmet* (Sala-de-estar Portátil), de 1967, só podem ser entendidas como produtos culturais sem nenhuma função aparente ou proposital. Pichler disse que essas duas obras tinham o intuito de serem cínicas e humorísticas, tendo em vista que abordavam a temática da televisão e das células isoladas, revelando o isolamento de uma maneira muito drástica.

Durante o final dos anos 60, Pichler utilizou o termo “Protótipo” para descrever suas obras. O termo, segundo ele, sugere uma espécie de “laboratório, uma visão, pesquisa livre ou algo que poderia surgir de algo mais tarde” (7). Pichler e Tanaka são apenas dois exemplos entre vários outros (8) que têm abordado o corpo e o aspecto vestível da tecnologia, e algumas delas endereçam tecnologia.

Muitos dos projetos vestíveis no início do século 21 eram geralmente considerados como conceituais e/ou protótipos técnicos. Os designers estavam concentrados em testes e em inventar novas soluções e materiais para a implantação das peças eletrônicas duras em materiais macios.

Um esforço considerável foi investido no desenvolvimento de superfícies reativas ou em alternativas para a exibição das peças, que poderiam então ser alimentadas por dados. Enquanto os designers (têxteis/de moda) trabalhavam primeiramente com materiais e computação físicos, o campo da computação vestível



Electric Dress, de Atsuko Tanaka

concentrou-se no desenvolvimento da realidade, pelo uso de dados digitais através de diversos dispositivos móveis e vestíveis. Grande parte dos projetos foram produzidos como protótipos para várias soluções práticas.

Em contrapartida, os vestíveis artísticos desse período poderiam ser vistos como protótipos de outro tipo. Poderíamos dizer que eles foram construídos como protótipos conceituais, que estavam investigando criticamente o significado dos trajes digitais e das tecnologias móveis. As obras eram muitas vezes irônicas e rejeitavam propositalmente abordagens funcionais; eram “algo do qual algo mais tarde poderá surgir”, como Pichler afirmou poucas décadas antes.

Hoje, em 2043, tornou-se evidente que o corpo (humano) está agora alcançando um estado em que todas as funções físicas, cognitivas, emocionais e visuais desejadas podem ser embutidas na pele. Fazendo uma retrospectiva, as tecnologias vestíveis desenvolvidas anteriormente que tinham a funcionalidade como preocupação primordial, e que foram consideradas necessárias naquele momento, eram claramente uma fase temporária e agora estão mais ou menos obsoletas.

No entanto, os trajes computacionais criados para fins artísticos, que naquela época não serviam para quaisquer funções claramente especificadas, agora parecem nos oferecer uma perspectiva íntima capaz de expressar atitudes, medos e desejos associados à tecnologia existente num dado momento. Olhando para trás, essas obras não estavam preocupadas com a idéia de melhorar o corpo humano, mas sim estavam investigando a tecnologia, a mobilidade e o vestir como um fenômeno cultural na sociedade. Muitas das obras pareciam testar as possibilidades vi das tecnologias e seu impacto sobre a sociedade e a vida cotidiana. Historicamente, estas obras naturalmente diferem consideravelmente daquilo que hoje entendemos como vestíveis (9) artísticos e culturais.

Meus próprios trabalhos, muitos dos quais tomaram a forma de trajes artísticos durante a primeira década do século XXI, eram primeiramente voltados para a investigação de alguns aspectos dos debates sobre a tecnologia, a arte e a vida cotidiana, o espaço híbrido(10) e as tecnologias vestíveis como artefatos artísticos e culturais. O tema de várias das minhas obras centrava-se na idéia de realmente vestir um espaço.

O início do século 21 ainda era um tempo em que espaço físico e virtual eram considerados, ou ao menos tratados, como separados. Os meus interesses evoluíram na direção de idéias para investigar formas de existir no espaço constantemente conectado de forma diferente daquela oferecida pelo setor comercial, que buscava propiciar funções úteis, principalmente através do uso de tecnologias de telecomunicação. Eu estava muito interessada em um conceito de usuário entendido como alguém que anda por aí com uma espécie de janela, ou um ponto de entrada para o espaço virtual. Isso fez com que o usuário existisse no limiar dos dois espaços; no espaço híbrido. Naquele momento, eu considerei a idéia de um espaço híbrido contínuo passado despercebido devido às restrições no uso das suas possibilidades (11) e as atuais expectativas funcionais em relação à tecnologia disponível.

Durante esses anos trabalhando com tecnologias vestíveis, desenvolvi um conceito de “Hibronauta”. O conceito evoluiu a partir da necessidade de ter um termo que engloba o usuário e os equipamentos vestíveis em uma entidade única, ao invés de considerá-los distintos. Como o nome indica, o Hibronauta é um viajante espacial vagando sem destino no espaço híbrido, que desenvolve formas alternativas de utilizar, perceber, e existir no espaço híbrido.

O hibronauta: ser de corpo e plugues faz dos homens ciborgues de carne e fio



Meus trabalhos artísticos tomaram a forma de dispositivos vestíveis bastante peculiares que foram (na maioria dos casos) colocados em rede e abertos para acesso público via celular e internet. Quando um usuário vestia o dispositivo ele/ela se tornavam um Hibronauta que tinha presença simultânea em um ambiente físico e também em um espaço virtual. Esta “presença compartilhada” e “consciência expandida” sobre a conectividade intermitente foram enfatizados nas obras do Hibronauta. Os elementos da presença compartilhada e da consciência expandida foram o foco “funcional” ou técnico dos trabalhos, que não foram concebidos apenas para os usuários, mas também projetados para apontar essas questões para o público no geral. Estas experiências foram alcançadas através da peculiar visualidade compartilhada, que levantou a curiosidade e fomentou a interação (temporária) entre o usuário e o público em geral. Em um certo sentido, pode-se dizer que o Hibronauta era um usuário que virou ator, assim indicando para o público a existência de suas próprias investigações sobre as noções cambiantes de espaço, de presença, do real e do virtual.

Todos estes conceitos foram se tornando muito concretos e óbvios com as tecnologias vestíveis, embora, em retrospectiva, a principal corrente de desenvolvimento durante o século 21 continuasse a ser centrada em abordagens funcionais, que dificilmente deram qualquer atenção para as tecnologias vestíveis como artefatos culturais, justamente meu interesse no assunto. A partir disso, e oferecendo novas direções em teoria e prática, o conceito original conhecido de Hibronauta foi (e continua sendo) apresentado como uma espécie de um protonauta do futuro que está fazendo um protótipo das abordagens conceituais e artísticas para espaços híbridos e tecnologias vestíveis.



- (1) Personal Digital Assistant (em Português, Assistente Digital Pessoal, na sigla usada para descrever aparelhos como os Palms e outros computadores de mão)
- (2) Global Positioning System (em Português, Sistema de Posicionamento Global)
- (3) Essa afirmação encontra suporte em textos como, por exemplo, Steve Mann e Sabine Seymore
- (4) WEISER, M. & BROWN, J. S. (1996) *The Coming Age of Calm Technology*. Xerox PARC. Mark Weiser previu que a tecnologia iria gradualmente se tornar insivível e desaparecer em roupas e no próprio ambiente.
- (5) HOLLANDER, A. (1975) *Seeing Through Clothes*, New York, Avon Books.
- (6) RYAN, S. E. (2008) *What is Wearable Technology Art?* IN RYAN, S. & LICHTY, P. (Eds.) *Intelligent Agent 8.1*
- (7) BREITWIESER, S. (1998) *A conversation with Walter Pichler*. IN BREITWIESER, S. (Ed.) *Prototypen/Prototypes 1966-69 PICHLER*. Vienna, Generali Foundation.
- (8) Por exemplo artistas como: Alfons Schilling, Rebecca Horn, Krzysztof Wodiczko, Stelarc, Lucy Orta, etc.
- (9) BELOFF, L. (2035) *Early Wearable Art In Retrospective*, The 27th Consciousness Reframed conference Proceedings. Pyongyang.
- (10) O espaço híbrido é um conceito que foi definido, entre outros, por Adriana de Souza e Silva. Naquele momento eu estava muito envolvida com sua definição, em que afirmou que espaços físicos e virtuais se fundem para formar o espaço híbrido através do seu uso social simultâneo. DE SOUZA E SILVA, A. (2006) *From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces*. Space and Culture, Sage Publications.
- (11) Para um usuário mediano era possível acessar o virtual apenas utilizando os dispositivos funcionais e tarefas, tais como ligações de celulares, acesso à internet de celulares ou outros dispositivos portáteis. O espaço híbrido existia a partir da execução de tarefas, em outros momentos não era percebido embora estivesse sempre disponível. Em direção ao final da primeira década, muitos aplicativos e softwares sociais se tornaram populares, assim como em dispositivos móveis. Esse desenvolvimento alimentou a idéia de espaço híbrido como espaço contínuo, entretanto as tarefas ainda são em sua maioria funcionais e propositais e acessadas através de dispositivos móveis comerciais comuns.



por um uso mais crítico
do potencial distribuído dos
sistemas móveis

por lucas bambozzi
e rodrigo minelli

*“Toda arte deve se tornar ciência, e toda ciência se tornar arte.”
Anotação feita à mão, encontrada nos papéis de Hegel (1795).
Autor desconhecido.*

Hegel nos propõe em sua Estética uma visão da arte como uma espécie de “sintoma” da sociedade. Neste sentido, a arte, ou as obras de arte, aparecem indissociáveis da história e tornam visíveis seu próprio desenvolvimento. Ou seja, podemos dizer que a arte torna manifesta a cultura, a visão de mundo, a maneira pela qual os homens concebem o estar no mundo, e pode fornecer ao “espírito a consciência de si próprio”.

Para que possamos entender a arte nos dias de hoje, é preciso que tenhamos em mente um processo em que a convergência entre os meios de comunicação e a prática artística cumprem um papel fundamental; uma arte feita com os instrumentos técnicos atuais, propondo uma reflexão sobre o mundo que se configura e nos envolve, e as responsabilidades de sua construção, supostamente coletiva.

Se por um lado cada vez mais se complexificam as formas de se distribuir a informação, por outro, as tecnologias desenvolvidas com esta finalidade abrem inúmeras possibilidades expressivas e de comunicação. As transformações ocorridas pelos meios digitais atingiram a maior parte das camadas visíveis da produção cultural. E, com certeza, um dos campos em que mais se fez notar é na produção audiovisual. Do cinema digital aos vídeos e fotos caseiras, os procedimentos deste tipo de produção se modificaram de forma como não poderíamos imaginar há apenas alguns anos.

Não se trata apenas de uma mera mudança de meios e de formas de fazer, Há que se observar as conseqüências sutis ou não de transformação no pensamento e na fruição das linguagens envolvidas por novas formas de expressão. Dito isto, é importante chamar a atenção para a necessidade de se compreender as práticas audiovisuais como um todo, como possibilidades de expressão do artista hoje, inserido na realidade e contexto de um “imaginário maquínico”, representado, veiculado e travessado por todo tipo de máquinas e dispositivos hoje presentes em nosso cotidiano.

Quando, em alguns anos, olharmos para as produções audiovisuais do século passado e do início do século XXI talvez não reconheçamos nenhuma semelhança com o que estaremos a experimentar em termos de produção e fruição de obras desta natureza. Provavelmente os formatos e gêneros hoje conhecidos, assim como os meios e mídias hoje utilizados para distribuição serão peças de interesse histórico e cultural.

Mídias mortas, técnicas obsoletas, pensamentos perdidos, “coisas do passado”. A inevitabilidade dos avanços tecnológicos que promovem mobilidades nunca antes vistas, abala ceticismos e faz esvaziar questionamentos sobre as potencialidades dos dispositivos celulares como ferramentas cinemáticas ou como veículos para a expressão artística. De fato, as práticas, subvencionadas ou espontâneas, tem

nos mostrado que há um mundo de possibilidades ainda por serem exploradas – às vezes de forma decepcionante inclusive.

Mas pergunta-se uma vez mais: como esses aparelhos de uso primordialmente individual e de tamanhos reduzidos podem ser utilizados para práticas de colaboração mais coletivas? As respostas devem vir dos próprios trabalhos, de indivíduos ou coletivos que utilizam essas redes híbridas, globalizantes, sem fio (e de relativa velocidade) para a proposição de questões da ordem da sensibilidade e da expressividade.

O funcionamento em rede dos chamados sistemas ‘locativos’ vem sendo apontado como um dos aspectos mais interessantes das tecnologias móveis. O trabalho em rede vem sendo visto como solução para o compartilhamento de atividades e encontros em substituição aos espaços tipicamente urbanos, consumidores de tempo e energia vital. São um modelo de ambiente supostamente protegido (para não dizer ‘controlado’), onde se expandem ideais quasi-utópicos de compartilhamento, produtividade e acessibilidade à informação. São as relações mediadas, uma das camadas visíveis das redes, que podem ser tão férteis quanto exploratórias, dependendo das mãos e mentes que as operam.

Nesse contexto surgem conceitos como os location-based systems, os “Locative Media” um termo que tem sido utilizado para designar projetos de artistas, grupos ou ativistas que se utilizam de dispositivos de comunicação móvel (telefones, laptops, palms, etc) e de localização (GPS) em obras que buscam explorar a relação entre as pessoas e o espaço





Merzbau 1 - Kurt Schwitters

em que vivem. O termo parece ter sido cunhado por Karlis Kalnins como uma categoria para designar processos e obras originadas no Locative Media Lab, uma rede internacional de pessoas trabalhando com algumas das tecnologias citadas. Trata-se de um conceito que busca abarcar as discussões e as questões suscitadas sobre o relacionamento entre a subjetividade, a consciência do lugar e a construção da cultura. Em um contexto em que se procura explorar novos e velhos modelos de comunicação, a formação de comunidades e a troca de experiências; é um nome para a forma ambígua e onipresente de uma infraestrutura tecnológica que se desenvolve rapidamente.

Assim muitos se apressam em associar prioritariamente os exemplos de meios locativos a um conjunto de experiências high-tech que incluiriam os conceitos de “realidade expandida” (augmented reality - a sobreposição entre realidade e realidade virtual), os conceitos de “computação ubíqua” (em todo lugar) e o de “computação intrusiva” (equipamentos integrados e imersos na sociedade). Vemos esses sistemas aparecerem na forma de jogos urbanos, de narrativas baseadas no espaço (space based narratives), passando pelos desempenhos e compartilhamento em rede, até aplicações para equipamentos específicos (device-specific).

Vale lembrar no entanto que as artes que se utilizam da relação espacial possuem uma longa e rica história - como os apartamentos transfigurados de Kurt Schwitters e seu Merzbau¹, as esculturas ambientais de Frederick Kiesler, as intervenções geográficas de Robert Smithson e mesmo as desconstruções arquitetônicas de Gordon Matta-Clark – a suposta novidade dos projetos baseados em localizações específicas (sob a idéia de locative media) parece estar na maneira como estendem o conceito de mídia de modo a incluir além das próprias pessoas, o espaço, e seus elementos constitutivos (as ruas, edifícios, antenas, telhados, árvores, postes, etc) além de elementos geopolíticos intrínsecos.

Num contexto mais recente e associado a ambientes de circulação pública ou localidades específicas, citaríamos assim os Homeless Vehicle (Nova York, 1988) ou as projeções em escala gigante de Krzysztof Wodiczko, planejados para grandes centros urbanos; os Body Movies (2001-2006) ou os Under Scan (2005-2006) de Rafael Lozano-Hemmer desenvolvidos respectivamente para fachadas de grandes edifícios e praças públicas; e numa linha mais radical e envolvendo sistemas móveis mais recentes, os Canales de Antoni Abad, canais potencializadores de comunidades via telefone celular (2003-2007);

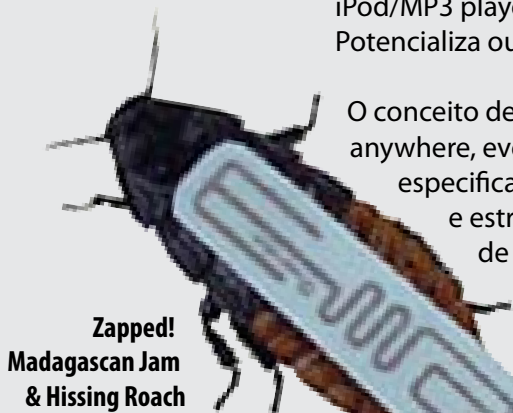
o projeto Zapped! Madagascan Jam & Hissing Roach do grupo Preemptive Media pensado de modo a equipar baratas com RFIDs com o propósito de causar jammings em estoques de redes como as do Wal Mart. Cada um desses projetos se detém num contexto específico, extraíndo de determinados conflitos sua pulsão essencial, evidenciando geografias políticas e estratégicas, imersas nas cidades.

Nesse sentido, talvez seja mais interessante notar como o conceito de locativo media está relacionado também com um novo dimensionamento da idéia de site-specific e que introduz o 'site' como um espaço de possibilidades não materiais, mas que apontam para espaços efetivos. A idéia de site-specific locativo atualizaria assim uma visão do 'context-specific', como um uso da tecnologia que serviria de 'interface' para contextos não-tecnológicos. Essa interface preencheria gaps, falhas operando como ponte e não como instância separadora.

Trata-se de um ponto de vista que nos permite pensar determinados dispositivos de forma menos demoníaca ou fetichista; como um sistema que se infiltra (de forma transparente) em situações reais, produzindo conexões no ambiente social público, permitindo o fluxo crítico de questões que permeiam um determinado contexto. Esse tipo de 'interface' permitiria vir à tona formas de conscientização, instrumentalizando o público/usuário de forma inclusive a integrá-lo no espaço urbano – em uma concepção mais otimista. Não sendo conteúdo, é uma proposta de mediação mínima, de eliminação de obstáculos. Funcionariam, na visão de Julio Plaza, como modelos de veículos intersticiais, 'fronteiras compartilhadas'. O aspecto sutil dessa definição estaria exemplificado por uma questão banal: usar um iPod/MP3 player ao caminhar pela cidade conecta ou desconecta o sujeito da realidade à sua volta. Potencializa ou ameniza a percepção das realidades circundantes?

O conceito de locativo que nos interessa, enfim, não é o 'em qualquer lugar', não é um slogan do tipo anywhere, everywhere, anytime. Locativo aqui, enfim, não tem a ver com 'essa' ou 'aquela' tecnologia específica, mas com a organização dos elementos em jogo em um trabalho em relação a locais e estratégias, essas sim específicas. E para que contexto esses elementos apontam em termos de mobilidade, trânsito, impermanência, 'time & space shifts'? O que se espera de uma arte com possibilidades de funcionamento em rede? O que essa rede tem gerado? Interessa nesse conceito que ele englobe enfrentamentos com contextos que possuem características próprias, incluindo espaços reais e seus conflitos.

Recentemente vemos surgir um pensamento crítico, que aponta as redes como mais um fator de alienação com relação à participação efetiva na construção da vida pública. Uma vez nas mãos e no discurso das corporações que as viabilizam tecnicamente, delinea-se uma estrutura exploratória de trabalho imaterial muitas vezes sem medidas. A vida é trabalho contínuo, não existe mais tempo 'morto', para a reflexão ou para o caminhar em modo off-line. O trabalhador típico das redes se



tornou parte dos nós (knots) e pontos de decisão que constituem as estratégias de uma empresa, o que em alguns casos equivale a um colaborador full-time ou em constante estado de alerta. A penetração insidiosa da Internet em todos os poros da nossa vida constitui uma perspectiva de difícil aceitação.

Muitos enxergam nossa sociedade atual como uma distopia (especialmente segundo o ponto de vista de Zygmunt Bauman em *City of Fears, City of Hopes*) que surgiu no lugar de um modelo ancorado em algum lugar entre os regimes totalitários de Orwell em 1984 e de Aldous Huxley em *Admirável Mundo Novo*. Esta nova distopia está configurada em um mundo de fluxos, onde as redes sociais e de ação coletiva estão irreversivelmente desintegradas como um efeito colateral do crescimento de um tipo de poder evasivo e astuto. O caráter potencialmente distributivo e aberto de sistemas de comunicação em rede sem fio por exemplo não se confirmou como esperado sob um ponto de vista mais crítico. O curso da história foi em direção contrária à expectativa de Bertold Brecht por exemplo, tendo em vista que as emissões de rádio e televisão se consolidaram não de muitos para muitos mas de poucos para muitos. Resta esperar e ver para onde caminham esses conflitos?

Não, melhor compreendê-los à luz das inquietações atuais e torná-los mais transparentes, mais permeáveis à experimentação, possíveis subversões de sentido e novos usos. Questionando e experimentando novas formas, usos não previstos para estas tecnologias que teimam em nos fazer 'espíões de nós mesmos e do outro', não apenas produzir mais (arte)mídia, mas fazê-lo de modo crítico. Uma vez mais, sempre, talvez.

Body Movies



urban screens: o potencial para interação das telas públicas urbanas

por mirjam struppek



A Redefinição de uma infra-estrutura crescente

“O espaço público é um meio de comunicação da cidade com ela mesma, com o novo e o desconhecido, com a história e as contradições e conflitos que surgem de tudo isso. O espaço público é um moderador de planejamento urbano em uma cidade de jogadores livres” (1) Prof. Wolfgang Cristo, 2000

Como pode a crescente infra-estrutura de displays digitais que aparece na moderna paisagem urbana contribuir para a idéia de um espaço público como moderador e como meio de comunicação? A mobilização da tecnologia digital e uma crescente cultura digital têm mudado o ambiente de comunicação urbana. No contexto da rápida evolução da esfera de informações comerciais das nossas cidades, novas tecnologias digitais de displays estão sendo introduzidas na paisagem urbana: painéis de LED compatíveis a luz do dia, telas de plasma expostas em vitrines, outdoors, displays com informações nos sistemas de transporte público, terminais eletrônicos de informação sobre a cidade, projeções holográficas em telas, ou superfícies dinâmicas e inteligentes integradas em fachadas arquitetônicas.

Como McQuire colocou, "A migração das telas eletrônicas para a paisagem urbana tem se tornado uma das mais visíveis tendências do urbanismo contemporâneo" (2) considerando a já existente infra-estrutura digital. Sendo eles já existentes, é um grande desafio ampliar o uso desses "outdoors em movimento", como Lev Manovich os chama em seu texto sobre o Espaço Aumentado (3), em vez de alargar o espaço urbano com novos tecno-objetos.

Até agora um dos principais alvos desta infra-estrutura é o de gerir e controlar o comportamento do consumidor. Nós não estamos longe da implementação de uma tecnologia que torne possível cobrir edifícios com painéis grandes e versáteis que exibem imagens em movimento, em rede e controladas por uma localização central, mas fazendo uso de dados de consumidores coletados numa localização fixa. Sistemas de visualização já começam a detectar nosso comportamento e adaptar às preferências dos consumidores.



Allianz Arena, Munique

Paul Virillio vê o novo desenvolvimento do “estilo de arquitetura pervasiva” das telas cobrindo altas fachadas como “Gótico Eletrônico” (4). O autor refere-se às narrativas das janelas das igrejas góticas, as quais foram planejadas para afetar o comportamento moral das pessoas. A imersão e seu efeito na audiência irá também ser potencializada pela incorporação perfeita das telas na arquitetura da paisagem urbana.

Como é possível a utilização destas telas controladas pelas forças de mercado ser ampliada e culturalmente curadas? Iniciativas como Locomotion, Going Underground, Outvideo, 59th Minute e Transmediale 29:59 (5) são pioneiras na utilização de displays comerciais nas ruas para exibição de vídeo arte.

Novas alianças equilibradas são necessárias e que desafiem autoridades e reguladores, arquitetos, anunciantes e empresas de radiodifusão, bem como curadores culturais, artistas, o cidadão como produtor – cooperações conjuntas, para moldar o futuro desenvolvimento da “tela mundo” de uma forma sustentável, considerando o perigo da poluição visual e tecnológica do espaço urbano.

As telas urbanas podem ser definidas como vários tipos de displays digitais dinâmicos no espaço urbano, que são usados levando em consideração uma bem balanceada e sustentável sociedade urbana – telas que apóiam a idéia do espaço público ser um espaço de criação e intercambio cultural, ou pela formação de uma esfera pública através da crítica e da reflexão. Sua natureza digital e conectada faz dessas projeções servir como plataforma para uma zona de visualização experimental no limiar do espaço público urbano e virtual.

O contexto mais vasto das telas urbanas

O espaço público urbano – entendido como um espaço civil aberto – é um elemento chave no desenvolvimento do urbanismo europeu. Neste papel de espaço de representação, cultura, discussão e intercâmbio, as áreas urbanas foram sempre um lugar mantido vivo através de inúmeras interações.

Retomando o velho conceito da Ágora grega, o espaço público urbano é uma arena exclusiva para troca de rituais e comunicação. O processo constante de renovação e negociação desafia o desenvolvimento da sociedade urbana. A dimensão arquitetônica do espaço urbano tem tido um importante papel ao prover um palco para essas interações. Além disso, a arquitetura por ela mesma funciona como um meio, contando narrativas sobre

Grand Lisboa, Macao





a cidade, seu povo, e a representação da estrutura da sociedade. Seus habitantes podem ler as interações sociais e a forma como o espaço é ocupado num processo participativo. A estrutura urbana como um todo está se tornando a cristalização da memória da cidade ao longo do tempo.

No entanto, o desaparecimento do papel do espaço público como lugar de confronto social e simbólico tem sido muito discutida na sociologia urbana ao longo do último século. Sennett, Häussermann e Bott, em particular, têm salientado o modo como, desde a modernização, a individualização e uma crescente independência do tempo e espaço parecem destruir os antigos ritmos da cidade e, como consequência, do seu sistema social. Nós constantemente enfrentamos um período transacional de reestruturação das redes sociais e descobrimos novas relações entre pessoas e lugares no mundo globalizado, que está sendo ameaçado por medos difusos e complexos de instabilidade e falta de raízes locais fortes. Essa situação resulta em vários experimentos com novos tipos de relações, amparadas pelo desenvolvimento de novos meios de comunicação.

Nas suas primeiras fases, a Internet foi descoberta como uma nova esfera pública alternativa. A redescoberta da sociedade civil está ligada à própria estrutura da Internet, que é fortemente baseada na cooperação e intercâmbio compartilhado através da abertura de seus sistemas. A população dos espaços virtuais – cidades virtuais, com suas salas de conferência, MUDs, e espaços experimentais para a criação de identidades alternativas – tem crescido continuamente. Hoje estamos olhando para vários experimentos com comunidades no crescente campo da computação social – redes peer-to-peer, redes sociais como Orkut ou Friendster e, mais recentemente, comunidades móveis conectando usuários de celulares. Nós também encontramos participações experimentais na criação de conteúdo dentro da cultura das listas de discussão, e dos sistemas wikis e blogs, que alimentam uma crescente necessidade de auto-expressão. Hoje essas explorações nos mundos virtuais têm emergido com a redescoberta dos espaços públicos, com a recente popularidade da mídia locativa sendo este um indicador de desenvolvimento.

Paralelamente, um “evento cultural” tem evoluído em direção ao verdadeiro espaço urbano. Guy Debord já previa “a sociedade do espetáculo”, em 1967, e sua crítica de uma sociedade “na qual as pessoas consomem um mundo

fabricado por outras pessoas, em vez de ser um de seus próprios produtores, organizados em torno do consumo de imagens, commodities, e eventos” (6) deve ser levado a sério.

Na crescente concorrência internacional entre cidades, muitas vezes o foco é o turismo ou o cidadão tratado como consumidor. O marketing da cidade e o gerenciamento das estratégias urbanas são aplicados para criar uma visão de “cidades criativas” o que é, de fato, necessariamente apoiado pelo uso criativo da cidade feita pelos habitantes e suas contribuições criativas para uma cultura urbana mais viva. As cidades estão engajadas na luta contra a “sensação de sem-lugar” causada pela disseminação da arquitetura internacional dos shoppings e marcas. De fato, as telas também tendem a parecer o mesmo, então existe uma necessidade em considerar a locação, assim como lugares específicos do conteúdo a fim de prevenir uma desconexão da percepção do nosso espaço urbano para a localidade atual.

Com o intuito de manter a sustentabilidade social das nossas cidades, é importante olhar de perto a vivência e o uso do espaço urbano e a redescoberta da sociedade civil. A plataforma de informação www.interactionfield.de oferece uma visão geral de inúmeros projetos interativos, colocando o potencial da sociedade urbana nos seguintes termos:

Promover a interação, confrontos destemidos e contatos com estranhos.

Promover a formação da esfera pública pela crítica e a reflexão sobre a sociedade.

Promover a interação social e a integração local no bairro.

Apoio à compreensão do desenvolvimento atual da nossa sociedade High-tech.

Apoio à participação consciente na criação do espaço público (7)

Flare
Kinetic Membrane
Facade



As telas urbanas podem ser entendidas no contexto de uma reinvenção da esfera pública e do caráter urbano das cidades, com base em uma mistura bem equilibrada de funções e na idéia do habitante como cidadão ativo, em vez de atuarem como consumidores. Espaços virtuais sozinhos não podem funcionar como espaços de troca e produção de identidade.

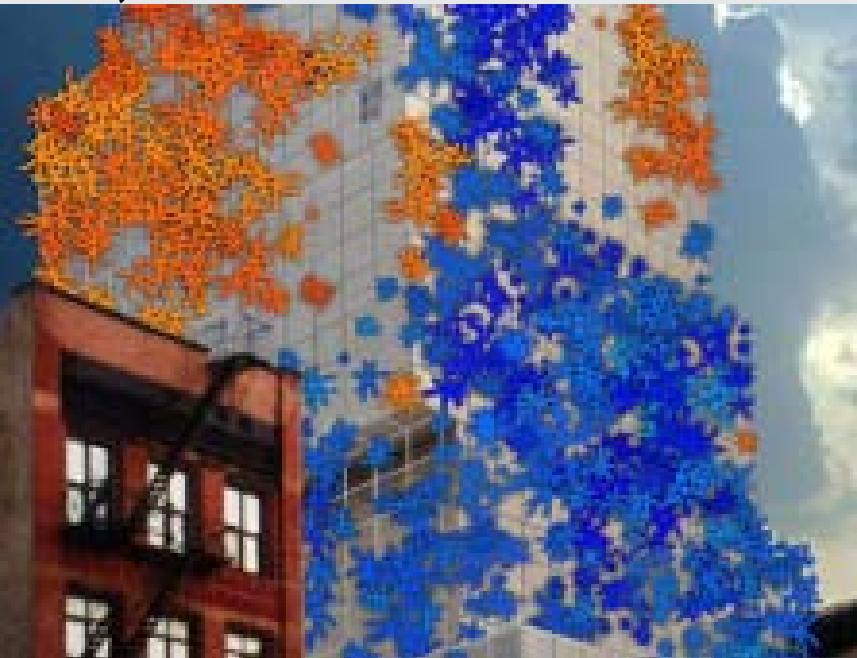
O Caráter das Telas Urbanas

Ligado ao ainda efêmero e aberto personagem no mundo da informação digital, as telas urbanas pedem uma nova linguagem urbana com a sua própria dinâmica, sinais e símbolos, formados através de uma participação ativa de vários jogadores. Novas tecnologias interativas e multimídia em rede oferecem mais possibilidades para a programação visual destas superfícies digitais através da interação das novas tecnologias de exibição, ferramentas de difusão, bancos –de dados e sistemas de gerenciamento de conteúdo, tecnologia e sensor. Linda Wallace vê “a internet como um mecanismo de entrega para habitar e/ou para mudança real de espaços urbanos”. (8)

Através da Internet e das outras redes digitais, o conteúdo tornou-se mais fluido, sendo, pelo menos em teoria, disponível a qualquer hora e em qualquer lugar, produzido para a audiência da nova aldeia global.

Poderiam os grandes displays ao ar livre funcionar como “zonas de visualização” experimentais de uma fusão de espaços públicos virtuais e nosso mundo real? Será que podemos localizar os enormes fluxos de informação através dessas telas, e podem de fato essas zonas desempenhar um papel mais ativo do que simplesmente fornecer a superfície sobre a qual o mundo digital é apresentado? O que caracteriza o projeto Urban Screens é a conexão da natureza estática do lugar com a nova infra-estrutura de exibição.

Daisy World Media Facade



Em contraste com as telas integradas de telefones móveis, PDAs, laptops, etc, que exibem conteúdo de um indivíduo, as grandes telas urbanas voltam-se para os espectadores públicos nas cidades, a recepção generalizada e comum de conteúdos multimídia, o crescente enraizamento nos sistemas das telas, a acessibilidade da informação via internet, dispositivos móveis, etc, que aumentam a “falta de situar” do espaço urbano. Níveis de localidade e globalidade variam indo desde o bairro local e suas telas com símbolos e sinais no nível da cidade até redes trans-urbanas de telas que permitem uma nova interconectividade global.

Visões de Novos Conteúdos e Uso

Os primeiros passos para ampliar o conteúdo digital dos anúncios comerciais ao ar livre em grandes telas centraram-se na transferência e ligeiro ajuste dos recursos da TV às novas

circunstâncias de exibição pública. Em breve poderemos ver emissoras especializadas em espaços urbanos públicos e sua comunidade local.

Os experimentos feitos pela BBC, em colaboração com a Philips e conselhos locais de diversas cidades no Reino Unido, poderia ser considerado um precursor destas emissoras de TV. Elas coordenaram exibições ao ar livre de filmes, jogos de futebol e novos canais de TV sobre a cidade. (3) Preferencialmente colocadas em lugares chave, onde a audiência era maior, essas telas em lugares memoráveis puderam favorecer a identificação com a cultura local através de experiências conjuntas. Uma memória local poderia realmente se desenvolver se as telas fossem usadas como um meio de manter e apoiar uma rica e complexa cultura local.

Tem-se verificado um crescente interesse em ligar a infra-estrutura das telas com as instituições culturais que preservam e produzem conteúdos digitais de vídeo arte. Centros culturais e instituições como a Schaulager, na Basiléia, e a Austria Kunsthau, em Graz, começaram, mesmo que de forma experimental, a integrar oficialmente telas em suas fachadas arquitetônicas, de modo que elas funcionem como uma extensão dos seus arquivos em espaço público.

O Australian Centre for the Moving Image utiliza a tela pública nas proximidades da Federation Square, em Melbourne. A Creative Industries Precinct (o primeiro site australiano dedicado à experimentação criativa e desenvolvimento comercial em indústrias criativas, localizado na parte ocidental da franja do distrito de Brisbane Central Business) integrou três telas em seu complexo de edifícios, para fazer face às diferentes audiências. Uma das telas será utilizada para apoiar o desenvolvimento de uma nova comunidade local nas imediações. O projeto Public Space Broadcasting em telas comunitárias acima mencionado, da BBC, colabora bastante com instituições locais de arte.

Uma nova audiência pode ser atingida, em meio a suas rotinas diárias, por conteúdo oferecido para ambientes no espaço público, ao ar livre. Conectando telas urbanas, entre outras coisas, poderia permitir novos mecanismos para a criação e manutenção da relação entre organizações interculturais e sua audiência. Telas conectadas poderiam também servir como plataforma de intercâmbio entre os habitantes de várias cidades.

Concreto Lochblech Led



Uma idéia sugerida repetidas vezes para o uso dessas telas é valorizar a conectividade de comunidades remotas através de displays visuais que utilizam videoconferência. Essas conexões entre espaços remotos refletem a relatividade dos conceitos de “fechar” e “remoto”, em um mundo globalizado com um estilo de vida cada vez mais transnacional.

Hole In Space (1980), um dos primeiros projetos desse tipo, conectava pessoas andando em frente ao Lincoln Center for the Performing Arts, na cidade de Nova Iorque, com os clientes de uma loja de departamento em Century City (LA), por meio de imagens de televisão em tamanho natural. O projeto Hole in the Earth (2003-2004) ligava o público em Rotterdam à pessoas na Indonésia, do outro lado do mundo, através de telas, câmaras, microfones em uma instalação imitando um poço. (Fig. 5)

Na Rússia, China, EUA e América do Sul grandes redes estão se desenvolvendo atualmente nas grandes cidades, bem como a nível nacional. As telas tornam-se um elemento-chave nos governos, nos fluxos regionais, e na infra-estrutura informacional urbana, devido à sua capacidade de transmitir e facilmente disseminar conteúdos nos espaços locais.

O apelo de um ambiente local é obviamente um assunto altamente subjetivo, mas uma sofisticada rede de informação e interação social em um bairro local poderia desempenhar um papel importante na percepção da localidade, oferecendo uma sensação de segurança. Ao conectar grandes telas ao ar livre com experimentos em mundos virtuais, a cultura de produção de conteúdo colaborativa e em rede poderia ser trazida para uma audiência mais ampla e servir de inspiração.

Telas interativas integradas ao mobiliário urbano, semelhantes a uma lousa para comentários, notícias, conversas, poderia também ajudar a circular e permitir acesso a dados, servindo e fortalecendo a comunidade local e sua pequena economia.

**Galleria Department
Store, Seul**



Em 1997, a Philips já estava envolvida em um grande projeto de pesquisa chamado LIME (Memória Viva), que integrou uma plataforma de trocas locais em mesas de cafês e outros móveis urbanos. Seguindo este exemplo precoce, vários projetos destinados a desenvolver ainda mais a idéia de comunidade interativa e placas de apoio ao intercâmbio de informações em uma comunidade local estão hoje em dia sendo produzidos. (9)

Na tentativa de abordar as questões como o medo em espaços urbanos, a Rude Architecture implementou uma rede de bate-papo equipada com tecnologias de vídeo interativas, permitindo a comunicação entre pessoas que esperavam em diferentes pontos-de-ônibus. Se desejassem, as pessoas poderiam iniciar uma “vídeo-conferência” com pessoas que esperavam em outro lugar. Por meio da comunicação com os outros habitantes, o tédio da espera do transporte poderia ser atenuado através de conversas, e sensações subjetivas, como a de segurança, poderiam ser potencialmente aumentadas.

O projeto usa a comunicação com vídeo, ao invés da vigilância com vídeo – voluntária e transparente, e ao mesmo tempo divertida.

O telefone celular também pode ser utilizado como transmissor de informações. Vários artistas têm redescoberto a idéia do diálogo urbano na forma de “esquinas para falar” e vem experimentando o uso do SMS para a expressão pública. O projeto Storyboard, de Stefan Caddick, usou um Variable Message Sign móvel situado no espaço público para mostrar os SMSs enviados. Será a conexão das telas urbanas com a blogosfera o próximo passo? Quais estratégias irão prevenir o desuso e encorajar submissões de alta qualidade?

Envolver um público urbano em experiências que requerem o planejamento participativo, e que fazem uso das ferramentas interativas dos novos meios de comunicação social é um grande desafio. Telas em espaços públicos poderiam funcionar como mediação entre a comunidade e o departamento de planejamento local e servir como um display público para troca de idéias.

O projeto Face Your World, de Jeanne van Heeswijk – que ocorreu em Columbus, Ohio, em 2002 – deu a crianças em um ônibus acesso a um jogo de computador multi-usuário, permitindo que eles redesenhassem suas comunidades como eles as imaginaram. (Fig. 6) Nas três paradas de ônibus as criações foram exibidas em esculturas especiais de tela apresentando os resultados do jogo a comunidade urbana.

Como van Heeswijk disse, "o assunto é a forma como as pessoas olham para o espaço em volta delas. Com tudo sendo privatizado agora as pessoas não vêem mais a comunidade como sendo delas". (10) Neste caso, a mídia digital é usada como catalisadora de interação para a participação e comprometimento das pessoas jovens nas comunidades locais.

Dexia Tower,
Bruxelas





**Bix Media Facade,
Kunstauss Graz, Austria**

Conclusão

O conteúdo tem que ser coordenado com novas visões de como, quando e em que locais específicos as telas podem ser integradas na paisagem urbana e sua arquitetura. O equilíbrio entre conteúdo, localização e o tipo de tela determina o sucesso da interação com o público e impede o ruído e a poluição visual. Além disso, precisamos entender como o crescimento da infra-estrutura de displays digitais influencia a percepção da nossa esfera visual em espaços públicos.

Independente do momento em que se insere uma mídia dentro do espaço público da cidade, temos que assumir responsabilidades quanto à sustentabilidade da nossa sociedade urbana. O espaço público é a cola que prende a sociedade urbana junta. Estamos no momento de moldar

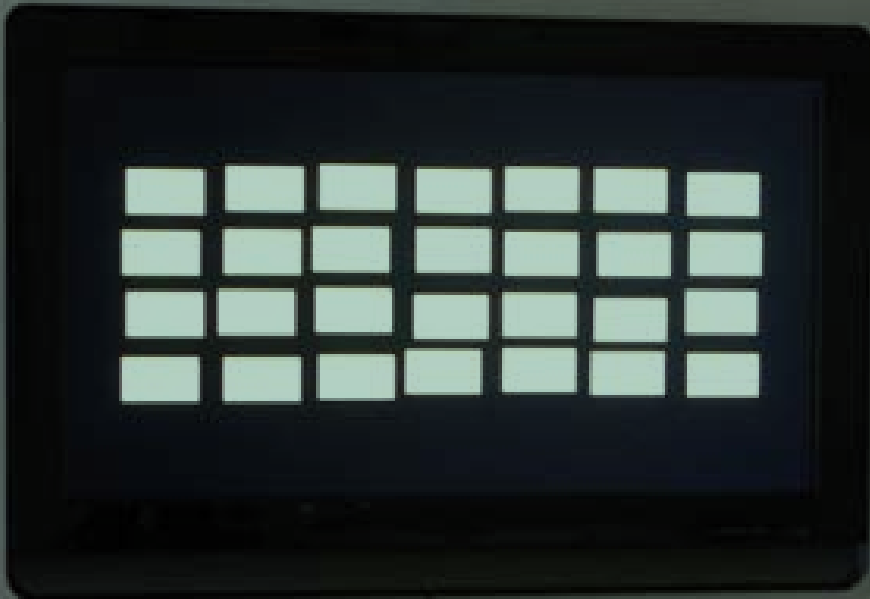
as futuras direções do desenvolvimento da “tela-mundo” de forma sustentável. É o momento de desenvolver mais visões criativas, para conteúdos alternativos, socialmente orientados por vários tipos de telas urbanas, e evitar o foco na tecnologia. Outras forças além das meramente comerciais deveriam guiar a tentativa de moldar o desenvolvimento futuro da “tela-mundo” emergente. (11)

References:

- (1) W. Christ, "Public versus private Space," IRS international symposium, Die europäische Stadt - ein auslaufendes Modell? (Erkner bei Berlin, Germany, March 2000).
- (2) S. McQuire, "The Politics of Public Space in the Media City" in Urban Screens: Discovering the potential of outdoor screens for urban society, First Monday Special Issue #4 (February 2006), <http://www.firstmonday.org>
- (3) Lev Manovich, "The Poetics of Augmented Space" (2002), http://www.manovich.net/DOCS/augmented_spac.e.doc
- (4) P. Virilio, "We may be entering an electronic gothic era" in Architectural Design - Architects in Cyberspace II, Vol. 68 No. 11 / 12(Nov. / Dec. 1998), pp. 61-65.
- (5) Para uma lista de exposições artísticas e iniciativas veja <http://www.urbanscreens.org>
- (6) S. Best, D. Kellner, The Postmodern Turn (Guilford Press: New York, NY, 1997), p. 82.
- (7) Para uma descrição detalhada desses tipos de categorias desenvolvidas veja <http://www.interactionfield.de>
- (8) L. Wallace, "Screenworld" in Material media, artefacts from a digital age (2003), <http://www.machinehunger.com.au/phd/pdf>
- (9) E. Churchill et al. "Multimedia fliers: information sharing with digital community bulletin boards" in Huysman, Marleen et al. (eds.) Communities and technologies (Kluwer, B.V.: Deventer, 2003), pp. 97- 117.
- (10) van Heeswijk cited in J. Gentile, "Exhibit to unite community," The Lantern Issue <http://www.thelantern.com> 6/27/02, Arts Section (2002),
- (11) Para um artigo detalhado apresentando vários projetos de telas urbanas veja M. Struppek, "The social potential of Urban Screens" in Screens and the Social Landscape, Visual Communication, Vol. 5, No. 2(Sage Publications, June 2006), pp. 173-188.

memo_ando

lea van steen e raquel kogan





memo_ando

Instruções

digite o número da peça que deseja abrir

aperte para enviar

(o botão do meio - enter)

repita a operação

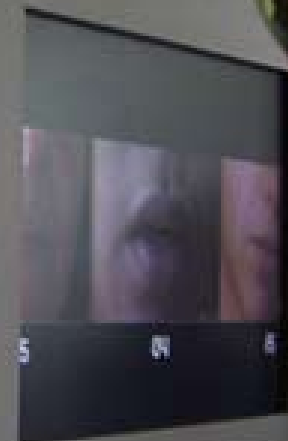
até encontrar todos os pares

Jogo de memória :
monitor esquerda - celular controle remoto/fone de ouvido

memória do jogo : monitor direita

lat. memorandus, a, um 'que deve ser lembrado'; gerundivo de memorare 'memorar, lembrar, relembrar, celebrar e, na linguagem familiar, 'contar, dizer'; ver memor Digno de memória, memorável.

memo_ando é um jogo de memória que usa como controle remoto um celular (Nokia N73). O objetivo do jogo é encontrar todos os pares que são formados por vídeos de bocas que falam pequenas frases de autores diversos.



Instruções do Jogo:

1. Com o celular selecione o número desejado tentando achar os pares no monitor

1. Tente fazer isso até que todas as figuras encontrem seus pares.

2. Quando um par é achado, a imagem deste toma toda a tela do monitor 1, com o vídeo da frase completa.

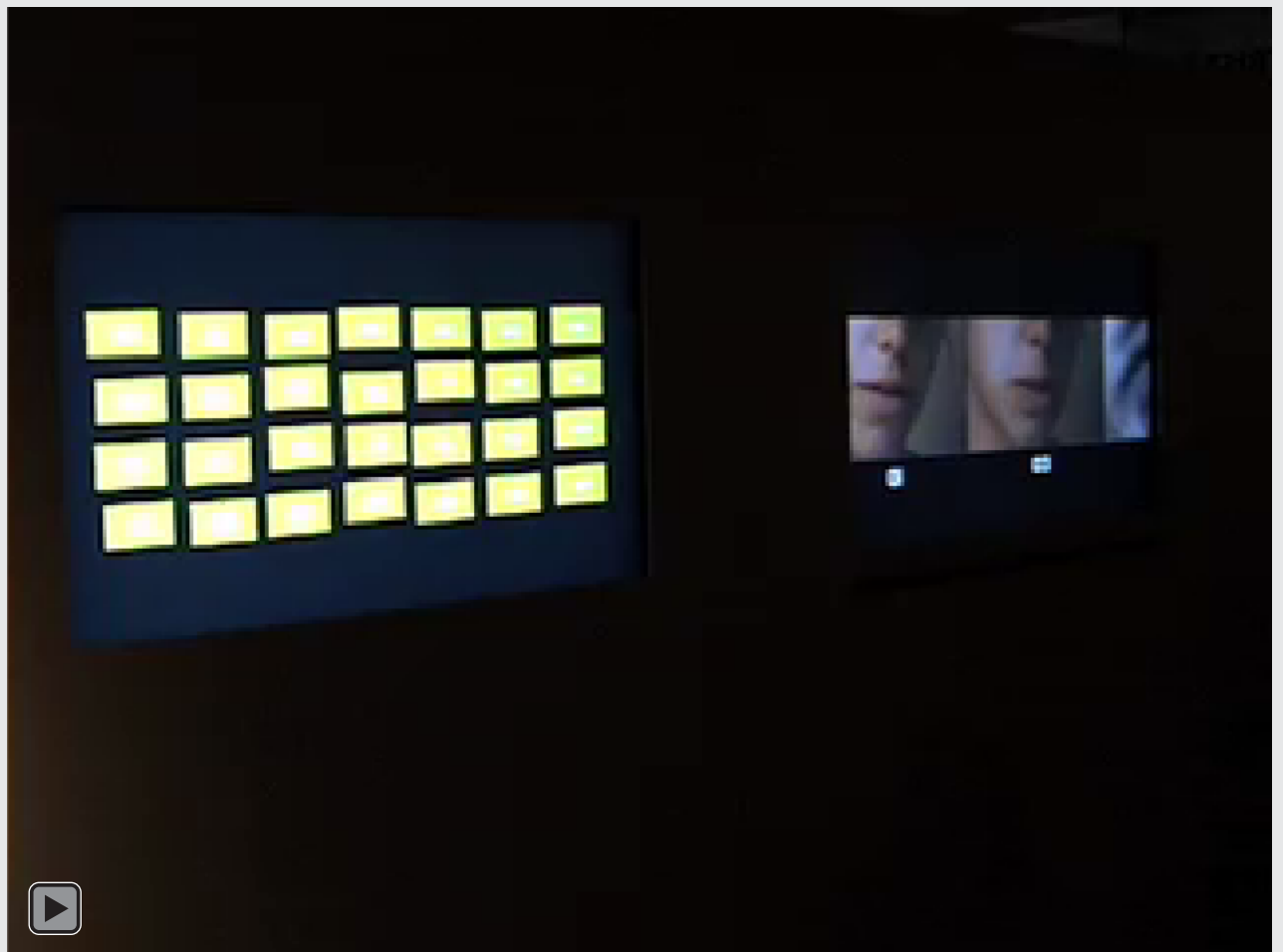
3. Se você errar, não tem problema : as escolhas que não formam pares, fazem parte de um vídeo em looping no monitor 2. São vídeos de bocas falando as pequenas frases, colocadas uma após a outra na seqüência de escolha feita por todos jogadores do monitor 1, formando assim uma memória do jogo que depende dos interatores.



memo_ando aproveita da experiência passada (a leitura de frases de autores diversos, feita por várias pessoas) ao mesmo tempo que realiza uma nova experiência (um vídeo em looping se formando em tempo real conectando todas essas frases), utilizando um computador para gerenciar estas duas ações.

As escolhas dos interatores agem e conduzem a evolução do jogo, formada por camadas superpostas, andando de mão em mão.





Clique para assistir o vídeo sobre o projeto

Especificações técnicas :

1 computador Windows XP /processador intel core 2 duo 2,4 ou 3.0 GHz / 2 GB RAM / instalado net framework 1,2 e3 e visual studio C++ express 2008 runtime

1 placa de video dualview nVidia GeForce 5200

2 monitores LCD de 42' ou 2 projetores (se forem HD com suporte ao 729P) com entrada DVI

2 cúpulas de acrílico com auto-falante para reprodução sonora direcional

1 celular Nokia N73

brandscapes, buylogu e artvertsing
(Espaços de fomento, produção e circulação da criação
com novas mídias no Brasil)

por giselle beiguelman



Todo fim de ano a cena se repete. São Paulo ferve, embalada por festivais de música eletrônica e arte multimídia. Repete-se, mas sem deixar de resguardar o direito à diferença. A cada ano, a quantidade e a intensidade dessas ações se ampliam. Basta ler os cadernos culturais e os guias de entretenimento que circularam na semana em que realizamos o Simpósio Apropriações do (in) Comum (27 e 28/11/2008) para ter uma noção do “overbooking” do “new media week end” paulistano.

Afinal, tratava-se do fim-de-semana em que aconteciam o Nokia Trends, o Claro Curtas e o Vivo arte mov em São Paulo. É óbvio que a ocorrência de três eventos simultâneos numa cidade do porte de São Paulo não é fato que surpreenda ninguém. Acontecem sempre centenas de eventos ao mesmo tempo em uma megacidade que é maior que muitos países europeus.

Contudo, como os nomes dos festivais indicam, são todos eventos realizados por empresas ligadas à telefonia móvel (aparelhos, no caso da Nokia, e operadoras, no caso da Claro e da Vivo). E, nesse contexto, as ligações entre fomento, produção e circulação da produção cultural aparecem como elementos (mal necessário?) de eventos de propaganda e marketing.

Com base nesses exemplos poderíamos concluir que existe uma relação direta entre o circuito de produção em novas mídias e o marketing corporativo. O raciocínio não é de todo errôneo, mas é por demais apressado. Pensar é generalizar, já aprendemos com Borges, a partir da história de um de seus mais tristes personagens, Funes, o memorioso. Mas generalizar sem pensar, como também aprendemos a partir de outro personagem do autor, aquele que sonhava fazer mapas em uma escala de 1:1, não é menos perigoso.

Então, sugiro fazer um exame mais cauteloso da situação, a fim de não incorrer em uma cilada borgeana. Folheando os mesmos cadernos e guias culturais dessa semana do simpósio, me deparei com a seção dedicada a “espaços culturais”. A programação era diversificada nos quatro lugares destacados pelo Guia da Folha. Havia mostras sobre arte brasileira moderna, contemporânea, história do jornalismo cultural e mostras alternativas.

Tudo isso grátis e acessível a qualquer um no Centro Cultural Banco do Brasil, Centro Cultural FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo), Centro Cultural São Paulo e Itaú Cultural. Ou seja, tudo isso à disposição nos espaços do maior banco público do país (o Banco do Brasil), do ícone do poder econômico do estado mais rico do Brasil (a FIESP) e do maior grupo financeiro do Hemisfério Sul. Ah sim, havia também a possibilidade de ir-se ao Centro Cultural São Paulo, única instituição pública entre os espaços citados no Guia da Folha.

A desproporção entre espaços públicos e privados não é o fato para o qual se chama a atenção neste ensaio. Afinal, o processo de privatização, em todas as áreas e em escala mundial, é traço marcante do neoliberalismo. O que é relevante aqui é a vinculação entre circuito cultural, capital financeiro e



corporações de telecomunicação. Isso sim parece ser característico do contexto brasileiro e marcante no caso de São Paulo, onde é sintomático do modo pelo qual a cidade se globalizou, transformando-se num verdadeiro “campo de batalha”, como descreveu o filósofo Nelson Brissac:

Uma guerra eclodiu pela ocupação de áreas urbanas inteiras, pelo controle da infraestrutura, das instituições e dos espaços públicos. A cidade converteu-se num arquipélago de enclaves modernizados _ com suas torres corporativas, shopping centers e condomínios fechados _ cercados por vastas áreas abandonadas, terrenos vagos ocupados por populações itinerantes. Camelôs tomam as ruas, favelas vão preenchendo os espaços entre as autopistas, grupos de sem-teto instalam-se sob viadutos. Como uma maré informe, espriam-se por todos os lados, tomando os espaços intersticiais. Uma terra de ninguém, uma área conflagrada. Uma paisagem terminal em que construções modernas convivem com dispositivos de sobrevivência. Verdadeiras máquinas de guerra atravessam esses desertos urbanos. Tendas de camelôs ocupando as calçadas. Grupos acampados nos cruzamentos, sob os viadutos. Shoppings populares surgem nos distritos financeiros. Populações inteiras invadem prédios vazios no centro e terrenos na periferia da cidade. Uma nova economia, uma nova modalidade de ocupação do território urbano. (Brissac, 2002: 11)

Essa nova modalidade de ocupação do território passa, por um lado, pela compreensão do espaço público como espaço da ameaça, do qual devemos nos proteger cercando parques e blindando carros (Bambozzi: 2006, p. 28) e, por outro, pela conversão dos espaços urbanos em verdadeiros “brandscares”.

Os “brandscares” ocupam os “arquipélagos de enclaves modernizados” e resultam da exteriorização das identidades corporativas, que pretendem constituir “lugares culturalmente independentes onde valores corporativos se materializam em experiências espaciais” (Klingmann, 2003: 3). Bons exemplos disso são a Sony Plaza, em Berlim, Times Square em Nova York e as avenidas Paulista e Berrini, no caso de São Paulo.

A confusão entre marcas e experiências de lugar é balizada pela necessidade de introjeção de valores corporativos por meio de novas estratégias, que não a publicidade tradicional na forma de anúncios. Essas estratégias respondem às transformações econômicas do século 21, marcadas pelo enorme crescimento do consumo e a “ameaça da comoditização, resultante da dificuldade dos produtos se diferenciarem tanto técnica como funcionalmente”. (Reis, 2007)

Isso, pontua Reis, implodiu a lógica de diferenciação das marcas por nomes e rótulos e levou os formatos tradicionais da comunicação publicitária, destinados a audiências de massa, a ceder lugar a “guerras estéticas”, em detrimento de econômicas. São guerras estéticas que têm como alvo a conquista das subjetividades, por meio da “colonização da percepção”, procurando “formar valores que nortearão as opções e ações dos consumidores.”

“Marcas tornam-se assim máquinas abstratas orientadas efetivamente para a produção de significação, de enunciados imperativos, de signos que mobilizem e capturem a atenção, a afeição e a memória dos consumidores.” (Reis, 2007).

A eficiência desse processo de “colonização de sensibilidades” aparece com nitidez no modo pelo qual as corporações vêm transformando palavras de ordem da contracultura em slogans publicitários e bandeiras de suas “causas”. Isso faz com que uma das questões políticas e culturais mais profundas hoje seja uma “batalha de linguagem”¹ que se reflete na absorção do vocabulário hacker dos anos 1990 – Do It Yourself, compartilhamento e redes sociais, por exemplo – ao discurso de empresas como Facebook, YouTube, Flickr, MySpace (Bazzichelli, 2009). Aparece, também, na emergência de novas “ciências” como o neuromarketing, que objetiva descobrir onde fica e como funciona o botão de compras de nosso cérebro, ou seja, a nossa “buyology”. (Blakeslee, 2004 ;Lindstrom, 2008: 35).

Trata-se de operações que operam pela domesticação dos sentidos e pela conformação a modelos e regras de conduta, procurando apropriar-se das dinâmicas nômades das redes para sedentarizá-las, como os aparelhos de captura em relação às máquinas de guerra de que nos falamos Deleuze e Guattari em Mil Platôs (1997).

Esse “campo de batalha” não aparece na produção artística brasileira, especialmente a devotada a novas mídias e é bem possível que a atual configuração dos circuitos de produção fomento e exibição cultural esteja relacionada à incipiência de projetos artísticos com capacidade e fôlego de crítica institucional.

É verdade que no mundo todo, o ativismo perdeu contudência, com raras exceções, como as ações do Yes Men², cedendo espaço a um discurso de defesa de identidades de minorias, em detrimento do foco em questões políticas estruturais. Isso pode ser resultado de uma tendência, fortemente enraizada na tradição norte-americana – e não podemos esquecer o papel de Nova York na geopolítica do mercado de artes -- de mover-se de domínios públicos a privados, que culminaram no que Martha

Roesler chamou “versão artística do multiculturalismo”. Esse redirecionamento do ativismo para tem como problema mais sério a incapacidade de visão de conjunto, uma vez que nessa abordagem, as “identidades, constituídas por dinheiro e classe, e seus links integrais a outras identidades são esquecidos.” (Stallabrass, 2004: 20-21)

Contudo, nem mesmo essa versão light de ativismo é registrada por aqui. E isso num país que se orgulha de ser a maior comunidade do orkut, de ter mais da metade de seus habitantes providos por telefonia móvel (e estamos falando de um país de quase 200 milhões de habitantes) e a maior fatia da blogosfera é no mínimo estranho. (Bambozzi 2006: 36)

Estranhamento esse que passa a ser temeroso diante da confusão entre grátis e público, ou áreas externas e bem comum, que se torna cada vez mais recorrente na postura dos criadores de maior renome na área. O que explicaria o caráter cada vez mais manso das artes brasileiras e em especial das novas mídias? Temo pensar que é sua relação quase incestuosa com os meios proprietários e de dependência -- que beira o pornográfico, de tão explícita -- com o capital financeiro.

É hora de perguntar, ecoando de forma espelhada, digo invertida, o Sandberg Institute de Amsterdã, sobre o que estamos fazendo entre as obras concebidas para serem expostas nos tipos de espaços e instituições que estamos ocupando: Is it art or advertising?

Espero, sinceramente, que não venhamos a responder, e ainda por cima, cheios de felicidade e resignação, como faz o Instituto citado:

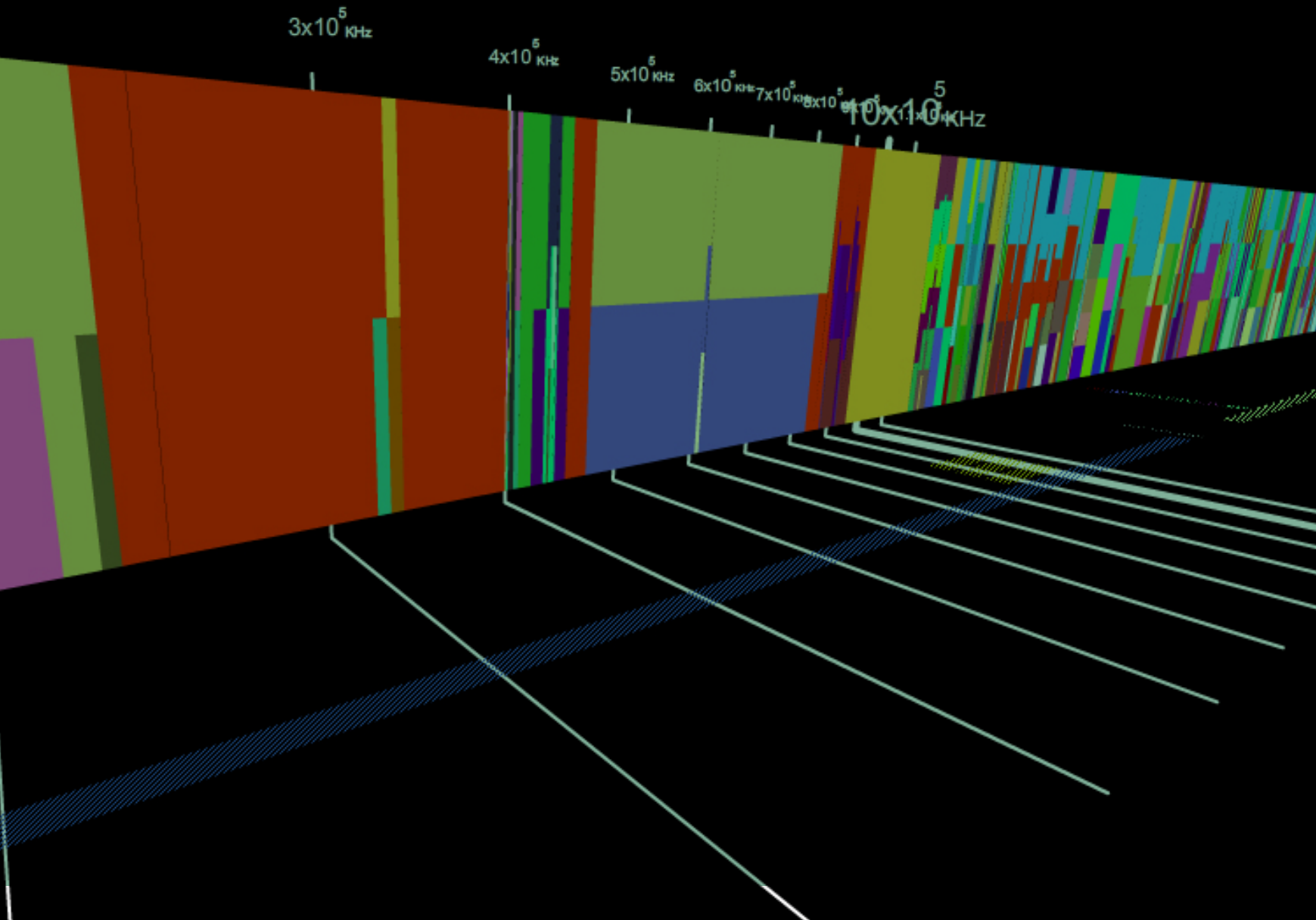
We call it Artvertising, and we see it as a work of art. It reflects our contemporary society, in which we live among logos and the idea of the logo has evolved into a lifestyle, a neighbourhood strategy and a business model.

REFERÊNCIAS

- BAMBOZZI, L. (2006). “Interfaces Expandidas: Conexões Críticas”. Territórios Recombinaes (Arantes, P., Canetti, P. e Motta, R. orgs.). São Paulo, Instituto Sergio Motta, pp. 26-43. Versão em PDF disponível em: http://www.premiossergiomotta.org.br/diversos/d_548. Acesso em 16/01/2009
- Bazzichelli, T. (2009). “A Reflexion on the Activist Strategies in the Web 2.0 Era. Towards a New Language Criticism”. Vector b, 22. http://virose.pt/vector/b_22/bazzichelli.html. Acesso em 16/01/2009
- BLAKESLEE, S. “If Your Brain Has a ‘Buy Button,’ What Pushes It?”. The New York Times, 19 de outubro de 2004. Disponível em <http://www.nytimes.com/2004/10/19/science/19neuro.html>. Acesso em 16/01/2009
- BRISSAC, N. (2002). As Máquinas de Guerra contra os Aparelhos de Captura - Uma fotonovela sci-fi. Disponível em: <http://www.pucsp.br/artecidade/novo/publicacoes/index.htm#maquinas>. Acesso em 16/01/2009
- DELEUZE, J. e GUATTARI, G. (1997). Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia. Trad. Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. São Paulo: 34 Letras, vol. 5
- KLINGMANN, A. “Brandscapes”. 2003. Disponível em <http://www.klingmann.com/pdf/BrandscapesStadtWirtschaft.pdf>. Acesso em 16/01/2009
- Lindsdtrom, M. (2008). Buyology – Thruth and Lies About Why We Buy. Nova York: Broadway Books.
- REIS, A. (2007). “Marcas e Mundos Virtuais”. Trópico, 07/05/2007. Disponível em: <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2860,1.shl>. Acesso em 16/01/2009
- STALLABRASS, J. (2004). Art Incorporated – The Story of Contemporary Art. Nova York: Oxford University Press.,
- TISSELLI, E. (2008). “thinkflickrthink”: a case study on strategic tagging. Disponível em: http://motorhueso.net/text/thinkflickrthink_pdf.pdf Acesso em 16/01/2009

espectros e tragédias

por guilherme kujawski



Ao que parece, alastrou-se uma complacência no campo das artes tecnológicas. A ausência do curto-circuito crítico encontra-se, por exemplo, na obra "Telefónias", do artista argentino Mariano Sardón, atualmente em exposição no Espacio Fundación Telefónica, em Buenos Aires. A obra é impecável conceitualmente e tecnicamente: ao lado da fundação, localiza-se a Juncal, a antiga central telefônica da capital portenha, ainda repleta de troncos analógicos ativos. Sardón montou um sistema que faz a interface da central com duas bombas d'água atreladas a centenas de canos de plástico coloridos. Cada ligação feita na cidade emite um impulso elétrico para as bombas que, por sua vez, forçam por pressão hidráulica a movimentação de uma porção d'água dentro das mangueiras. Impulsos digitais são "reificados" em impulsos analógicos palpáveis; é o sistema de visualização de dados mais original que se tem notícia.

Porém, se o trabalho é impecável em termos conceituais e técnicos, deixa a desejar em termos políticos. Por quê? Pois a instalação enaltece nas entrelinhas – no jogo representacional dialético histórico/analógico e futurístico/digital – a privatização da ENTEL e, por tabela, os benefícios do neoliberalismo nas telecomunicações. Além disso, o esforço para se convencer a Telefónica a comissioná-la deve ter beirado ao zero (o nome da obra já é um indicativo disso). É o exemplo de indulgência permissiva que amplia ao infinito o princípio de uma dialética binária antiquada, qual seja, o da negação da negação. É penoso reconhecer a magnificência do trabalho de Sardón e, ao mesmo tempo, associá-lo (em termos políticos, enfatize-se) aos projetos de Leni Riefenstahl, artista maravilhosa e esteta insuperável, responsável por projetos fílmicos absolutamente originais, mas que no fundo serviam aos interesses de um partido que quase causou a ruína de todo o pensamento filosófico ocidental. Claro que os contextos históricos e estéticos são diferentes; mas o princípio é análogo.

Telefónias
Mariano Sárdon



A questão é: qual é o tamanho da zona de conforto, tanto dos financiadores como dos praticantes da arte móvel, locativa e transmissiva? E dos conselheiros das autarquias (FCC, Anatel, etc.)? E dos consumidores de arte tecnológica e cultura digital? Estariam eles sofrendo de psicopatologias? Mais especificamente, de agorafobia (medo de estar em lugares públicos concorridos) e acusticofobia (medo relacionado a ruídos). No caso da agorafobia, basta ligar o Atlas do Espaço Eletromagnético, projeto de José Luis de Vicente Irma Vilà e o grupo Bestiario (liderado por Santiago Ortiz), para sermos acoçados por uma estranha sensação de sufoco em meio a uma vasta área, medida por grandezas inesgotáveis, como a frequência, que indica a quantidade de ciclos por unidade de tempo. É um sistema de visualização de informação que, além de mostrar as alocações comerciais de cada uma das frequências, aponta para muitos projetos artísticos que fazem uso delas. Um dos argumentos dos defensores da propriedade privada do Éter resume-se na seguinte falácia: se muitos dispositivos emitirem sinais

distintos (Bluetooth, wi-fi, etc.) na mesma frequência, ao mesmo tempo, com a mesma potência e na mesma região, tem-se a interferência, ou seja, a tragédia dos commons (em resumo: pouco pasto e muito boi). Ora, isso é enfatizar de que o único meio para se evitar o congestionamento de sinais é atribuir "donos" de canais com o direito de "falar mais alto" numa frequência específica, calando os outros emissores que por ventura queiram enviar sinais na mesma frequência.

Mas o problema não está apenas na mão dos administradores de agências, legisladores e tecnocratas. Nota-se nas práticas artísticas o mal da acusticofobia, um medo excessivo de ruídos, sejam eles quais forem. As práticas também parecem acontecer dentro de uma bolha, numa zona anacústica, parte da atmosfera onde as partículas se encontram muito distantes umas das outras, impossibilitando a condução do som. No campo artístico, o exemplo perfeito é BuBL Space, de Arthur Elsenaar e Taco Stolk, um embaralhador de sinais GSM que cria uma "bolha de silêncio" ao redor de um aparelho de celular acoplado, fazendo com que ninguém no raio de três metros ao redor consiga completar ligações. Para quem se interessar por obras de arte que usam bandas não licenciadas, em free103point9, repositório de "transmission art", há vários projetos na linha "piratas somalianos do mar hertziano".

A agorafobia desperta a crença de que existe uma ontologia tecnológica impossível de ser contestada ou recriada e a acusticofobia remete a uma ansia por isolamento. Qual a cura ou o antídoto (o melhor seria usar o termo hegeliano *Aufhebung*, ou superação). Está, talvez, nas mãos dos responsáveis por objetos técnicos, sejam hardwares ou softwares. Atente-se para uma técnica ainda pouco explorada, chamada de Software-Defined Radio (SDR). Em suma, é um sistema de comunicação que transfere para um software o que geralmente é solucionado por hardware. Com ele, é possível que várias pessoas emitam sinais numa mesma frequência, modulação e canal, pois o programa detecta colisões e transfere o sinal para a frequência disponível mais próxima. Os sinais pedem licença, desculpas, anunciam uma passagem brusca, etc., como numa rua movimentada. Muda completamente o conceito de que o espectro é um "recurso escasso", como um pasto ou uma represa.

No campo da arte, o que se tem feito com SDR? Ao que parece, nada. Tom Roe, um dos líderes do free103point9, saiu à cata, mas não encontrou nenhum artista pesquisando SDR, nem mesmo na Radia, uma massiva rede de rádios europeias focadas em "radio art". O jeito é desvelar metáforas do que poderia ser feito, como o .Walk, projeto psicogeográfico do grupo Social Fiction. É a transposição do conceito de SDR para a urbe, em que a cidade é hardware e os pedestres são o software. Cada grupo recebe um papel com instruções do tipo: primeira rua virar à esquerda; segunda rua, virar à direita; terceira rua, virar à esquerda. Se um grupo encontra-se por acaso com outro na mesma área, eles trocam as instruções, evitando a colisão. É a representação ideal de como a comunicação pode ser efetivada não de forma centralizada, mas por coordenações múltiplas de agentes envolvidos.



BuBL Space - Arthur Elsenaar

bios



BLAST THEORY: Grupo reconhecido internacionalmente como um dos mais ousados na utilização de mídias interativas cria performances entrecruzando Internet, performances ao vivo e transmissão digital. Liderado por Matt Adams, Ju Row Farr e Nick Tandavanitj, o grupo explora a interatividade, relacionando aspectos políticos e sociais dentro das tecnologias. Mais informações: www.blasttheory.co.uk

GISELLE BEIGUELMAN: Trabalha on-line e vive no Google.
Mais informações: HYPERLINK "<http://www.google.com/search?q=giselle+beiguelman>" <http://www.google.com/search?q=giselle+beiguelman>

GUILHERME KUJAWSKI: Jornalista de tecnologia, autor de ficção científica (autor do romance Piritas Siderais) e produtor cultural. Entre 2000 e 2002, foi editor de tecnologia da revista CartaCapital. Atualmente, concebe e organiza eventos de arte tecnológica para o Instituto Itaú Cultural, onde também edita CIBERCULTURA, revista sobre arte, ciência e tecnologia.

JONAH BRUCKER-COHEN: O artista e pesquisador irlandês, trabalha para o OpenLab Fellow no Eyebeam, em Nova York. Seu trabalho é focado em Deconstructing Networks, que inclui projetos envolvendo desafios críticos e subversões quanto às percepções da interatividade e experiência com as redes.
Mais informações: <http://www.coin-operated.com/>

LAURA BELOFF: Artista finlandesa voltada para criação de objetos para vestir digitais que geram estruturas programáveis e participatórias. Em suas obras, combina tecnologia com diversos meios do vídeo ao tecido, do som ao escultural, incluindo materiais orgânicos. Muitos de seus trabalhos lidam com a sociedade global, tentando adaptar a complexa tecnologia mundial expandida que vem se tornando cada vez mais móvel. Mais informações: www.realitydisfunction.org

LUCAS BAMBOZZI: Artista e pesquisador em mídias. Trabalha em meios como vídeo, instalação, projetos interativos, 'site-specific' e performances audiovisuais, frequentemente exibidos em mostras e exposições internacionais, totalizando mais de 40 países. É um dos criadores do Vivo arte.mov. Mais informações: HYPERLINK "<http://www.lucasbambozzi.net>" <http://www.lucasbambozzi.net> <http://www.comum.com/lucas>

MARCOS BOFFA: Um dos criadores do arte.mov, produtor cultural e especialista em Políticas Culturais Públicas pela Universidade de Bourgogne (Formation International Culture, 1995-96). Diretor artístico do Sonar Sound São Paulo (1994), Festival Motomix (2006) e do Eletronika – Festival de Novas Tendências Musicais (desde 1999). Membro do júri do Transmediale – Festival Internacional de Cultura Digital de Berlim em 2006.

MARCUS BASTOS: Professor da PUC-SP. Dirigiu os curta-metragens “Mais Radicais” (2008) e “Radicais Livre(o)s” (2007) e o vídeo interativo “Interface Disforme” (2006). Mais informações: <http://marcusbastos.net/>

MARTHA GABRIEL: Palestrante e autora de artigos em diversos congressos na área de arte e tecnologia nos USA, Europa e Ásia. Autora do livro Marketing de Otimização de Buscas na Web: Conceitos, Técnicas e Estratégias, Ed. Esfera, 2008. Curadora do Upgrade! São Paulo. Mais informações: www.martha.com.br

MIRJAM STRUPPEK: Urbanista, pesquisadora e consultora, presidente da recém-formada associação International Urban Screens Association (IUSA) e membro do Public Art Lab em Berlim. Com formação em Planejamento Ambiental e Urbano, percorre o mundo com palestras sobre “convivência” no espaço urbano, esfera pública e sua transformação e aquisição através das novas mídias. Mais informações: <http://www.interactionfield.de/>

RÉGINE DEBATTY: Criadora do blog HYPERLINK "<http://www.we-make-money-not-art.com/>"we-make-money-not-art.com, onde abriga informações sobre intersecções entre arte, design e tecnologia. Tem trabalhado como documentarista e repórter em redes de televisão e rádios européias; colaboradora de importantes revistas de arte e design; curadora de exposições e simpósios internacionais sobre arte, hackers e a (des)utilização de design e tecnologia. Mais informações: www.we-make-money-not-art.com

RENATA MOTTA: Formada em arquitetura e doutoranda pela FAU/USP. É diretora do Instituto Sergio Motta e coordenadora geral do Prêmio Sergio Motta de Arte e Tecnologia. Mais informações: <http://www.premiosergiomotta.org.br>

RODRIGO MINELLI: Um dos criadores do arte.mov, Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, mestre em Sociologia da Cultura pela UFMG. É professor do Departamento de Comunicação Social da UFMG na área de vídeo e novas tecnologias e coordenador da área de Artes Visuais/Mídia Arte do Festival de Inverno da UFMG. Dedicou-se à pesquisa e experimentação em arte eletrônica, tendo sido curador, consultor, professor e diretor de vídeo em diversas.

TREBOR SCHOLZ: Artista e teórico de mídia com interesse em teoria, arte e educação. Fundador do Institute for Distributed Creativity (iDC), rede de pesquisa independente. Participou da Bienal de Veneza, Bienal de São Paulo, FILE- SP entre outras exposições. Apresentou palestras em dezenas de festivais e conferências, escreveu sobre arte midiática, redes, educação e culturas participativas para muitos periódicos e contribuiu com ensaios para vários livros. Professor e pesquisador no Departamento de Estudos de Mídia na State University of New York, em Buffalo. Mais informações: www.collectivate.net



programação do simpósio
apropriações do (in)comum

Data: 28/11/2008

Local: Auditório do MuBE

Horário: 19h30 às 21h30

Realidades mistas: convergências esperadas x convergências implantadas

Artistas convidados para a exposição O lugar da arte em Deslocamento discutem os principais desenvolvimentos na área da realidade mista, em que sistemas de rede distribuídos pelo espaço constroem a chamada “internet das coisas”, ao entrelaçar corpos e cidades a camadas virtuais que os modificam.

Palestrantes: Fernando Llanos (México), Laura Beloff (Finlândia) e Nick Tandavanitj | Blast Theory (Reino Unido)

Mediador: Lucas Bambozzi

Debatedores: Fabrício Muriana e Claudio Bueno

Data: 28/11/2008

Local: Auditório do MuBE

Horário: 15 às 16h15

Arte e mídias móveis: perspectivas criativas e críticas no Brasil

Que tipo de produção essas novas mídias vem possibilitando? Artistas pré-selecionados para a vertente das artes ‘locativas’ da 3ª edição do Vivo arte.mov apresentam seus projetos e discutem seus contextos de criação e produção. Assim, contextualizam e problematizam os rumos de trabalhos em mídias portáteis no Brasil, compartilhando críticas e discutindo expectativas.

Palestrantes: Cícero Silva, Fernando Velázquez, Martha Gabriel e Raquel Kogan

Mediador: Marcus Bastos

Data: 28/11/2008

Local: Auditório do MuBE

Horário: 16h30 às 18h

Mídias móveis: pesquisa, circuito, fomento e as perspectivas do comum

A utilização de tecnologias em crescente popularização pode favorecer objetivos em comum e distribuídos na sociedade? Críticos e curadores relacionados aos circuitos independentes e institucionais debatem os contextos de pesquisa, exibição e fomento de trabalhos em mídias móveis, discutindo as estratégias de politização dos discursos e radicalização estética diante do contexto das culturas de marca às emergentes culturas de marca.

Palestrantes: Giselle Beiguelman, Guilherme Kujawski, Lucas Bambozzi e Mario Ramiro

Mediador: Marcos Boffa

Data: 28/11/2008

Local: Auditório do MuBE

Horário: 19h às 21h30

Redimensionamento do espaço público e acessibilidade: tecnologias sociais em rede

Qual a natureza e relevância de conhecimento a utilização de tecnologias em rede vem possibilitando? O espaço público mediado torna a cidade mais eloqüente? Para quem? Críticos e curadores que atuam no debate sobre a intersecção entre tecnologia e espaço público discutem como as redes contemporâneas acentuam o processo de embaralhamento entre público e privado, conforme constroem contextos de inclusão social que ao mesmo tempo resultam em malhas de vigilância e agenciamento de dados cada vez mais intrincados.

Palestrantes: Fabio Duarte (Curitiba), Mirjam Struheck (Alemanha) e Régine Debatty (Bélgica)

Mediador: Rodrigo Minelli

Debatedores: Priscila Arantes e Nacho Durán

INSTITUTO SERGIO MOTTA

Presidente: Luiz Carlos Mendonça de Barros

Vice-Presidente (Conselho Deliberativo): Wilma Motta

Secretária: Maria José Tenório de Paiva

PRÊMIO SERGIO MOTTA DE ARTE E TECNOLOGIA

Relações Institucionais: Wilma Motta

Coordenação geral: Renata Motta

Direção artística: Giselle Beiguelman

Coordenação de Projetos: Camila Duprat Martins

Coordenação de Produção: Luciana Dacar

Produção: Aline Minharro Gambin

E—BOOK

Organização: Giselle Beiguelman, Lucas Bambozzi,

Marcus Bastos e Rodrigo Minelli

Coordenação editorial: Renata Motta

Produção Editorial: Camila Duprat Martins e Luciana Dacar

Os textos publicados neste livro eletrônico foram originalmente publicados na Revista Eletrônica do Festival Vivo Arte.Mov, com exceção de "brandscapes, buyology and artvertising", de Giselle Beiguelman, "Por um uso mais crítico do potencial distribuído das mídias móveis", de Lucas Bambozzi e Rodrigo Minelli e "Espectros e Tragédias", de Guilherme Hujawski

Revisão: Marília Sales

Versão (Inglês): Thomas Nerney

Design Gráfico: Marcus Bastos (Assistente: Marina Montenegro)

21
las cosas
palabras
que les
entido
12/05
RESPOND

ISBN 978-85-60824-04-5



9 788560 824045