

A estética política das mídias locativas*

nomadas@ucentral.edu.co • PÁGS.: 128-137

Lucia Santaella**

Las prácticas de acceso propiciadas por los dispositivos móviles conectados al Sistema de Posicionamiento Global (GPS) están haciendo surgir un nuevo espacio social de combinaciones inextricables entre lo virtual (el ciberespacio) y los ambientes físicos en los que se mueve nuestro cuerpo biológico. Este trabajo busca presentar las nuevas modalidades de comunicación, conexión e interacción que están apareciendo bajo el nombre de “medios de comunicación locativos”. Éstos son procesos que están dando origen a una estética políticamente orientada, cuyas principales características se discutirán en el artículo.

Palabras claves: medios de comunicación locativos, espacios sociales, estética política, dispositivos móviles.

As práticas de acesso propiciadas pelos dispositivos móveis conectados ao Sistema de Posicionamento Global (GPS) estão fazendo emergir um novo espaço social de misturas inextricáveis entre o virtual (o ciberespaço) e os ambientes físicos em que nosso corpo biológico circula. Este trabalho visa apresentar as novas modalidades de comunicação, conexão e interação que estão surgindo sob o nome de “mídias locativas”. São processos que estão dando origem a uma estética politicamente orientada, cujas principais características serão discutidas neste trabalho.

Palavras-chaves: mídias locativas, espaços sociais, estética política, dispositivos móveis.

Practices of access allowed by mobile devices connected to the Global Positioning System (GPS) are bringing the emergence of a new social space that mixes seamlessly the virtual (cyberspace) with the physical environments in which our biological body circulates. The aim of this paper is to present the new modalities of communication, connection, and interaction appearing under the name of “locative media”. They are processes that originate a politically oriented aesthetics whose main characteristics will be discussed in this paper.

Key words: locative media, social spaces, political aesthetics, mobile devices.

ORIGINAL RECIBIDO: 19-I-2008 – ACEPTADO: 13-II-2008

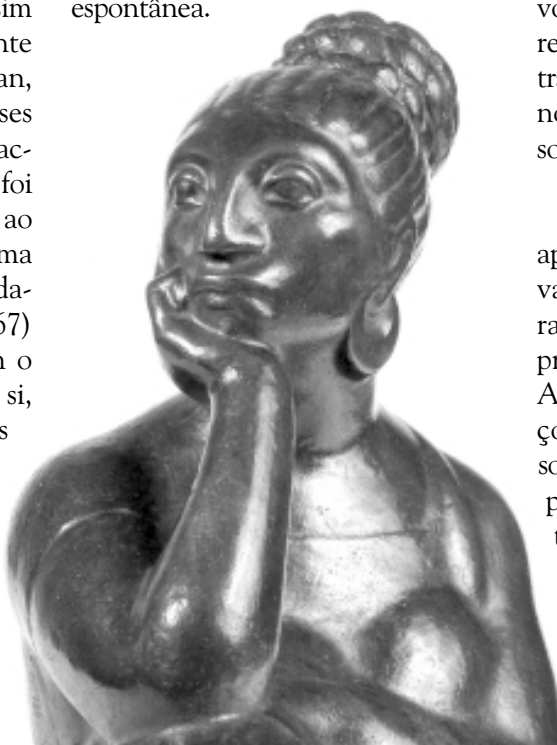
* Este trabalho dá continuidade à pesquisa sobre novos processos de comunicação permitidos pelos dispositivos móveis, desenvolvida no livro *Linguagens líquidas na era da mobilidade* (Santaella, 2007).

** Doutora em Teoria Literária e Livre Docente em Ciências da Comunicação, Professora titular da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil). E-mail: lbraga@pucsp.br.

A multi-referencialidade do debate sobre as concepções de público, espaço público, esfera pública, vida pública já foi bem indicada por Laval (2005). Em meio a autores mais ou menos conhecidos, não resta dúvida de que o modelo mais influente é o de Habermas (1962), segundo o qual o espaço público refere-se à geografia da esfera pública, isto é, ao lugar em que as pessoas se reúnem para dar voz e discutir assuntos de interesse público. O lamentado declínio do espaço público, assim concebido, foi um tema largamente discutido (Sennett, 1977; Berman, 1982; Harvey, 2003). Segundo esses autores, o espaço público, que caracterizou o início do modernismo, foi substituído por um recolhimento ao espaço privado. Ecoando, em uma nova entonação, a idéia da “sociedade do espetáculo”, de Debord (1967) —em que as imagens, que fazem o espetáculo, não são imagens em si, mas relações sociais cada vez mais mediadas e niveladas por imagens—, ficou bastante conhecido o diagnóstico de Paul Virilio (1994: 64) sobre o deslocamento dos espaços públicos tradicionais tais como praças, ruas e *boulevards* para a imagem pública.

De fato, as condições do mercantilismo capitalista anulam as formas tradicionais de interação social. O estilo de vida propiciado pelo consumo massivo, em que a propaganda e o *marketing* expandem a circulação de mercadorias, leva de roldão os ideais de um espaço público urbano participativo. Para Sennett (1977), a ascensão da mercadoria gera uma demanda pela intimidade pessoal e autenticidade psicológica, do que decorre a idéia de que estranhos não devem falar uns com os outros e de que cada um tem o direito de ser

deixado sozinho. Enquanto isso, as mídias de massa, especialmente o rádio e a televisão, difundem as vozes e imagens —construídas com o engenho do *marketing*— de líderes aos quais as massas aderem, quase sempre com êxtase. Além disso, o acesso ao espaço público e às atividades que nele seriam possíveis foi se tornando objeto de regulamentações cada vez maiores, com novas formas de policiamento e vigilância, bloqueando iniciativas de ocupação espontânea.



Rómulo Rozo, “Mestiza”, bronze, 1936, 35 cm de alto (detalle), hoy en el Museo Nacional. Foto: ICC.

Há umas poucas décadas, sem que tal estado de coisas tenha sofrido modificações internas, com o advento da internet e com a expansão crescente de seu potencial comunicativo, houve um deslocamento da esfera pública para a imaterialidade das redes da mídia eletrônica e sistemas de informação. A opinião pública passou, então, a se formar não só pelas mídias de massa, mas também pelo *narrow-casting* de canais a cabo, pelos *portais*,

sites e *blogs* da internet, ficando as ruas, parques e *shoppings* reservados ao trânsito apressado de cidadãos ensimesmados. Especialmente entre os jovens, redes sociais como Orkut, MySpace, Facebook substituíram em boa parte as interações *face-a-face*. Como nos lembra Shepard (2007), redes de socialização, como Flickr, propiciam formas de compartilhamento e de troca inimagináveis no espaço físico. Isso gerou uma desvalorização do espaço público fisicamente localizável, em favor de uma esfera pública própria das redes globalizadas, comprovando que transformações nas mídias emolduram novas modalidades de experiência social.

Desse modo, o quadro que se apresentava há poucos anos desenhava a coexistência de dois espaços paralelos. De um lado, o espaço físico, prenhe tanto de não-lugares, como Augé (1994) os definiu, a saber, espaços destituídos de história e vida social, entre-lugares de trânsito e ocupações provisórias: aeroportos, hotéis, trens etc., quanto de lugares de consumo, como cafés, *shoppings*, pontos turísticos, concertos, exposições, áreas de esportes, em que as pessoas meramente se cruzam sem interagir. De outro lado, um tipo distinto de espaço, o espaço informacional e abstrato, batizado de ciberespaço, um espaço virtual de conexões planetárias ditas imateriais. Esse paralelo opositivo entre o físico, esvaziado de interações sociais vivas, e o cibernético, feito de abstrações desencarnadas, despertou uma avalanche de discursos críticos carregados de perturbadores prognósticos sobre a perda da escala humana do tempo e do espaço, sobre a geração de modelos de realidade sem origem e sem destino, sobre a atrofia do corpo físico,

plugado e inerte enquanto a mente navega pelos espaços da virtualidade.

Longe de serem hegemônicos, esses discursos foram contrabalançados por visões menos catastróficas. Um dos primeiros, por exemplo, a colocar a necessária ênfase no fato de que o ciberespaço em nada se assemelha a um território extranatural, pairando acima da fisicalidade do mundo, foi Manuel Castells (2000). Pensar a sociedade em rede, para ele, implica conceber o ciberespaço também como parte integrante de um espaço de fluxos. Este se caracteriza, antes de tudo, pelas práticas sociais que dominam e definem a sociedade em rede, ou seja, a organização material de práticas sociais temporalmente compartilhadas que funcionam através de fluxos. Isso nos leva a constatar que, na realidade, as comunidades virtuais eletrônicas nunca deixaram de viver nas áreas limítrofes entre a cultura física e a virtual.

Em várias ocasiões também defendi (Santaella, 2003: 303-314; 2004; 2007) que não importa qual forma o corpo virtual possa adquirir, sempre haverá um corpo biológico junto, ambos inseparavelmente atados. O virtual pode estar em um outro lugar – e o outro lugar ser um ponto de vista privilegiado – mas a consciência permanece firmemente arraigada no físico. Historicamente, o corpo, a tecnologia e a comunidade se constituem mutuamente.

Seja como for, a acelerada evolução das tecnologias de comunicação, a partir do surgimento de um crescente enxame de dispositivos móveis

e sem fio, cada vez mais multifuncionais, em muito pouco tempo introduziu condições sociais inesperadas, que prometem reconfigurar nossas experiências e entendimento do espaço e da cultura ao devolver à vida urbana uma vibração que se pensava estar perdida.

1. A dinâmica dos espaços intersticiais



Epifanio Garay, "Por las velas, el pan y el chocolate", óleo, c. 1872 (detalle), hoy en el Museo Nacional. Archivo revista Nómadas.

Para começar, a proliferação das mídias móveis e computação pervasiva vem trazendo transformações na própria paisagem do espaço público. O uso de celulares e iPods, com seus canais abertos para a intimidade, ensinam os mais variados graus de privacidade em ambientes públicos, tornando movediças as fronteiras entre o público e o privado. Falar ao telefone, quando se caminha pelas ruas, enviar SMS a um amigo enquanto se viaja dentro de um ônibus, ou vir o iPod no metrô tornaram-se

formas comuns de experiência privada em meio ao movimento acelerado do cotidiano nos espaços públicos contemporâneos.

Mais importante do que a paisagem urbana e os enclaves de privacidade no seio da vida pública são as atividades complexamente urdidadas que estão emergindo. A convergência das novas redes móveis de telecomunicações, com o Sistema de Posicionamento Global¹ (GPS) e com as interfaces gráficas interativas dos dispositivos móveis vem expandindo o potencial das tecnologias midiáticas, propiciando a comunicação e interação entre indivíduos em movimento, que, durante todo o tempo, estão conscientes do lugar que cada um ocupa no espaço. Ao introduzir a consciência do contexto e permitir a comunicação multi-usuário, essa convergência está alterando os padrões dos fluxos de informação assim como as situações em que a comunicação ocorre. Estão surgindo com isso novas estruturas espaciais interativas e novas formas de práticas culturais. Trata-se de serviços baseados em locais

que, por meio da rede geoespacial, estão ligando os bits imateriais da mídia e informação com lugares físicos do espaço público urbano. São práticas tecno-sociais com o potencial de gerar formas de participação pública que reconectam as dimensões materiais do espaço físico com os recursos participativos da esfera pública virtual.

A comunicação mediada por computador via internet deslocou os pontos de encontros físicos para os

contextos espaciais virtuais. Com as redes de comunicação móveis baseadas em localizações ressurgem os pontos de encontro no espaço físico de um ambiente urbano. O parâmetro da localização geográfica é assim reintroduzido, mas em atividades que continuam sendo mediadas por computador. O espaço virtual em que a comunicação ocorre é mapeado para o espaço físico habitado pelos corpos materiais dos participantes. Assim, o contexto espacial virtual é mapeado no mundo físico e o contexto espacial híbrido resultante torna-se a arena do processo interativo.

Conseqüentemente, a esfera pública não mais se define pelas estruturas materiais como praças e ruas, nem apenas pelo espaço virtual das redes telemáticas, mas surge na interação complexa de espaços materiais e imateriais, em espacialidades híbridas caracterizadas por fluxos dinâmicos. O impacto desses desenvolvimentos na relação entre espaços midiáticos e espaços urbanos tem sido profundo (McQuire, 2006) e nos leva a confirmar que o desenvolvimento e crescimento de complexidade das tecnologias comunicacionais não está se dirigindo para a dissolução das cidades, dos corpos, do mundo físico, mas para a intersecção do físico com o virtual. A integridade do corpo biológico, cuja perda iminente foi tão lastimada, está na realidade se transformando rapidamente em um conjunto de extensões ligadas a um mundo híbrido, pautado pela interconexão de redes e sistemas *on* e *off line* (Beiguelman, 2006: 153). Assim, nós continuamos a habitar esferas físicas, em urdiduras nas quais várias outras esferas virtuais se misturam, sem que os ambientes físicos desapareçam.

André Lemos (no prelo), pioneiro no Brasil no estudo das cibercidades, afirma que “estamos assistindo à expansão de experiências de localização e de tratamento inteligente da informação a partir de dispositivos sem fio que aliam mobilidade, personalização e localização, criando novas práticas de espaço”.

Vários autores têm chamado de “espaços híbridos” as mesclas entre o físico e virtual (Souza e Silva, 2006). Entretanto, o adjetivo “híbrido” tem sido utilizado em tantos contextos diferentes que, na busca de uma maior precisão terminológica, com ênfase não apenas nos fluxos de informação para dentro e para fora do espaço físico em conexões incon-súteis, mas também nas novas formas de socialização que aí emergem, em meus trabalhos (Santaella, 2007), tenho utilizado “espaços intersticiais” como uma metáfora capaz de caracterizar as múltiplas faces das mudanças mais recentes no mundo da comunicação e da cultura. Entre as múltiplas faces dessas mudanças encontram-se as atividades que estão sendo conhecidas sob a rubrica de “mídias locativas”.

2. O que são mídias locativas

O texto originário das propostas locativas, antes mesmo da existência desse nome, encontra-se no *Manifesto Headmap*, no qual, já em 1999, Ben Russell lançava idéias utópicas e inspiradoras que o tempo só confirmaria. Com o mote de que a internet já estava começando a “pingar no mundo real”, o manifesto alertava para o enriquecimento de nossa experiência espacial pela sobreposição de camadas de informação –imagens,

textos, sons– disponibilizados por dispositivos móveis e computação sem fio habilitados com GPS e alimentados por um intenso espírito comunitário. Além disso, propunha uma série de táticas para se aplicar ontologias da *web* semântica à tecnologia móvel sensível ao local, transformando assim esta última de um meio de acesso a conteúdo sobre localização para a base de uma nova espécie de presença móvel em rede.

O nome “mídias locativas” foi dado por Karlis Kalnins como uma categoria de teste para processos e produtos realizados por um grupo internacional de pessoas trabalhando com as tecnologias emergentes. Foi esse o nome do primeiro evento sobre o tema, realizado em julho de 2003, no K@2, Centro de Cultura e Informação, localizado na costa báltica da Latvia, em Karosta, uma abandonada cidade militar da era soviética. A escolha do lugar foi inspirada na idéia de Paul Virilio de que não se pode entender o desenvolvimento das tecnologias da informação sem que se entenda também a evolução das estratégias militares. Além disso, pretendia-se que o evento se realizasse em local distante do mercado global em que essas tecnologias se originaram.

A proposta do evento ilustra com clareza as características e os caminhos que as mídias locativas tomariam daí em diante. Para os organizadores, os dispositivos de rede sem fio, com suas transferências de dados sempre *on line* e sua interação com sinais posicionados e microprocessadores atados ao ambiente, oferecem às pessoas capacidades computacionais e comunicacionais, antes impossíveis, para criar redes sociais *ad hoc* que estão mudando as relações humanas entre si e com o espaço e tempo. Durante o

evento, receptores de baixo custo de satélites de posicionamento global ofereceram a amadores os meios de produzir suas próprias informações cartográficas com precisão militar.

Antes mesmo do evento, os dados cartográficos gerados pelos próprios usuários, numa variedade de ambientes de redes rastreados por máquinas, já estava possibilitando o desenvolvimento de um *pool* de dados *open source* sobre a geografia humana. Com o surgimento dos portáteis e dispositivos de rede computacional sensíveis ao ambiente, essa cartografia colaborativa permite que os usuários mapeiem seus ambientes físicos com dados digitais, geo-annotados. Distinto da WWW, o foco agora é deslocado para a localização espacial e centrado no usuário individual, tendo em vista a criação de cartografias colaborativas de espaço e mente, lugares e conexões entre eles.

As mídias locativas são inseparáveis da noção de computação pervasiva. No seu sentido mais amplo, a computação pervasiva ou ubíqua engloba recursos, aplicações e serviços de computação móvel, vestível, distribuída, em rede e sensível ao contexto. Dispositivo tecnológico sensível ao contexto significa que o dispositivo é capaz de localizar, classificar, coletar, arquivar e usar informação relevante, assim como descartar informação irrelevante. No caso das mídias locativas, sensível ao contexto refere-se a um campo em que a localização de pessoas e objetos pode ser usada pelas máquinas para derivar informação contextual com a qual dão assistência aos usuários. As tecnologias de sensores habilitam os dispositivos móveis a fornecer pistas sobre o contexto.

Para sintetizar, é bastante esclarecedora a explicação que nos é fornecida por André Lemos (no prelo) sobre a constituição e abrangência das mídias locativas no seu atual estado da arte.

Um conjunto de processos e tecnologias [que] se caracteri-



Josefina Albarracín, "El bobo de pamplonita", caoba, 81 cm de alto, 1932 (detalle), hoy en el Museo Nacional. Fotografía: Julián Barba A.

za por emissão de informação digital a partir de lugares/objetos. Esta informação é processada por artefatos sem fio, como GPS, telefones celulares, *palms* e *laptops* em redes Wi-Fi ou Wi-Max, Bluetooth, ou etiquetas de identificação por meio de rádio frequência (RFID)². As mídias locativas são utilizadas para agregar conteúdo digital a uma localidade, servindo para funções de

monitoramento, vigilância, mapeamento, geoprocessamento (GIS), localização, anotação ou jogos. Dessa forma, os lugares e objetos passam a dialogar com dispositivos informacionais, enviando, coletando e processando dados a partir de uma relação estreita entre informação digital, localização e artefatos digitais móveis.

Desde a WWW, parcialmente e em graus diversos, passamos a pertencer a múltiplos lugares e comunidades, o que tornou vital nossa habilidade de manipular indireta e assincronicamente correntes de informação, bens e serviços, e a administração da vida cotidiana foi crescentemente se tornando tecnologicamente mediada. As mídias locativas agora nos permitem combinar essas mediações com organizações no espaço em que as formas de comunicação em camadas ligam-se aos fluxos da vida urbana.

3. Classificações das mídias locativas

O campo de aplicações das mídias locativas é imenso e cresce a olhos vistos. São muitas as tentativas de classificações desse campo na busca de uma sistematização que facilite o trânsito cognitivo por essa nova seara a ser explorada. O campo se estende dos indicadores e serviços, *games*, relatos de histórias baseadas em locais, anotações espaciais até as performances em rede. Seja qual for o tipo, é preciso lembrar que as práticas das mídias locativas dependem de recursos materiais particulares e das políticas e leis públicas e privadas que regem o uso desses recursos.

De que tenho notícia, baseado em pesquisa exaustiva, o mais completo levantamento das mídias locativas foi realizado por Lenz (2007). Sem contar as sub-categorias que são muitas, na sua categorização, dezenove tipos de práticas com mídias locativas são descritos, incluindo a indicação e breve descrição de um grande número de projetos. Tomando como base as funções das mídias locativas, a classificação apresentada por Lemos (no prelo) é bem mais sintética, mas bastante representativa, como se segue: realidade aumentada móvel, mapeamento e monitoramento, *geotags*, anotação urbana e os *games wireless* que utilizam uma ou mais dessas funções.

As aplicações de realidade aumentada móvel referem-se a informações sobre uma determinada localidade visualizadas em um dispositivo móvel, aumentando a informação. Assim, um celular pode identificar uma pizzaria em local próximo e, por meio de *links*, ver a foto do lugar e ter acesso ao cardápio no *website* do restaurante.

As funções locativas também podem ser aplicadas a formas de mapeamento (*mapping*) e de monitoramento do movimento (*tracing*) no espaço urbano. Em sistemas que permitem o compartilhamento de *tags*, informações textuais digitais são agregadas a mapas, podendo ser acessadas pelos equipamentos móveis.

Celulares, *palms*, etiquetas RFID ou redes Bluetooth são uti-

lizados para indexar mensagens (SMS, vídeo, foto) a localidades. Essas práticas são chamadas de anotações urbanas.

Os *games* móveis ou sem fio utilizam celulares, *palms* e a rede internet para jogos executados entre jogadores no espaço das ruas e jogadores *online*. Lenz apresenta 26 exemplos desse tipo de jogo e novos exemplos não cessam de aparecer.



Marco Tobón Mejía, "Mujer y rosas", c. 1915, relieve en bronce, 12.3 cm de diámetro (detalle). Archivo fotográfico del ICC, 1985.

Entretanto, os projetos em mídias locativas mais instigantes têm sido aqueles que se realizam no território da arte, apresentando propostas estéticas que despertam nossas reflexões. Mais uma vez, isso só vem confirmar a hipótese que, há algum tempo, tem guiado meu pensamento de que a arte é a esfera que toma a dianteira da criação cultural, fazendo emergir complexidades que, sem a arte, não teríamos condições de enxergar. É no trabalho dos artistas que os enigmas humanos são decifrados pela sensibilidade.

4. Mídias locativas no território das artes

No campo das artes, o fundamento dos projetos de mídias locativas é crítico, social e memorialista, concentrando-se na interação pessoal e social com lugares. Tudo pode ser carregado com camadas invisíveis de anotações textuais, visuais, audíveis que são acionadas quando alguém as pede ou simplesmente pela aproximação do local com tecnologia compatível.

As palavras-chave desses projetos são: compartilhamento, notas, marcação, demarcação, pistas, opiniões, colaboração, busca e conexão. São práticas espacializadoras e socializadoras. Nada é considerado mais importante nas artes das mídias locativas do que o contexto. As experiências levam em consideração locais geográficos de interesse, elevando o local acima de seu status instrumentalizado, um mero ponto na coordenada da longitude e latitude da Terra, para atingir o nível de lugar habitado, experienciado e vivido. Por isso mesmo, os computadores, os celulares, o GPS e outros recursos possibilitam essas práticas, mas não são o alvo de projetos que se voltam para a aplicação das mídias digitais a lugares físicos, capazes de disparar relações sociais reais.

Tuters e Varnelis (2006) consideram o mapeamento como fator central nas artes das mídias locativas e apresentam uma tipologia que se reduz a duas possibilidades de mapeamento: anotativo, que virtualmente

coloca *tags* em tudo, e fenomenológico, que marca a ação do sujeito no mundo. Ao considerar que categorias e taxonomias sempre lutam umas contra as outras, Bleecker (2006) prefere apresentar a estética das mídias locativas por seus atributos: situar a mídia em seu espaço geográfico, “hackear” os modos tradicionais de se construir mapas, capturar histórias, tradições e o futuro de um lugar, conectar camadas distintas de dados e representá-las como geograficamente coerentes, entremear lugares ficcionais e não ficcionais, criar expressões midiáticas híbridas.

Na árvore genealógica das artes, as mídias locativas encontram seus antecedentes nas práticas artísticas situadas geograficamente, cuja história precede o lançamento do primeiro satélite em 1978. O legado vem da rica história da *land art*, quando, no final dos anos 1960, os artistas, em protesto contra a artificialidade e comercialização da arte, abandonaram as galerias e procuraram lugares remotos da natureza, inacessíveis às demandas insaciáveis do mercado, para realizar a sua arte. São esculturas ou instalações, muitas vezes gigantescas, localizadas na natureza, envolvendo seleção acurada dos materiais utilizados em consonância com o local. Um dos mais expressivos e citados exemplos da *land art* é uma escultura em espiral (*Spiral Jetty*) de 1.500 pés no Great Salt Lake, em Utah, de Robert Smithson.

Muito próxima da *land art*, também com início nos anos 1960, encontra-se a arte de sítio específico,

uma arte criada para existir em um determinado lugar. É o local que aciona o planejamento e a criação da obra. Esta se integra de modo tão imperceptível no lugar escolhido que fica difícil determinar as fronteiras entre a arte e o ambiente de que ela é parte. Por isso, a arte de sítio específico também se confunde com a arte ambiental.

Não obstante essa linhagem, de acordo com Bleecker (*Ibid.*), é necessário estabelecer a diferença tecnol



José Rodríguez Acevedo, “Dos mujeres”, 1951, óleo 76 x 82 cm (detalle).
Archivo fotográfico del ICC, 1986.

ógica entre mídias locativas antes e depois dos satélites. Por isso, ele utiliza a proliferação do GPS como uma demarcação das formas contemporâneas de mídias locativas. Essa distinção tecnológica, entretanto, não pode obliterar o parentesco muito próximo, no aspecto de envolvimento dos participantes com os lugares, que as mídias locativas apresentam com os *happenings*, a arte participativa, e principalmente com o ativismo da estética dos situacionistas e da sua principal ferramenta, a psicogeografia.

O lema dos *happenings*, termo cunhado por Allan Kaprow em 1957, era tirar a arte das telas e levá-la para

a vida. Portanto, é uma arte que se situa entre as artes visuais e as artes cênicas, propensa à improvisação e envolvendo a participação do público espectador. Embora não se confunda com elas, o *happening* apresenta elementos das artes participativas. Nestas, a participação do público é o projeto. O artista cria uma situação que induz a participação sem idéias pré-concebidas sobre o resultado. Roux (2007) compara essa forma de arte à democracia e à administração participativa, nas quais o que importa não é tanto que as pessoas participem, mas sim o fato de que a participação é o princípio fundamental que governa as interações humanas nesses modelos.

A paternidade menos contestável e mais lembrada das mídias locativas encontra-se na estética situacionista. Os situacionistas eram um grupo de ativistas políticos e artísticos cujo movimento originou-se em 1957. Suas influências vinham do Dada, Surrealismo e, principalmente, do Letrismo. Este último, constitutivo de um movimento estético internacional do pós-guerra, pretendia fundir poesia e música e transformar a paisagem urbana. Os situacionistas visavam suprimir a separação entre arte e cultura, integrando-as na vida cotidiana. O que eles pretendiam realizar era uma revolução da imaginação em que todos, tal como sonhado por Marx, pudessem ser poetas e artistas. Eles estavam entre os grupos libertários proeminentes nos eventos de maio-junho de 1968, na França. Sob a roupagem da liberdade, o situacionismo propunha uma crítica

do capitalismo, principalmente na sua relação com a arquitetura e o planejamento urbano, por considerá-los como expressões do poder estatal e, portanto, responsáveis pela fragmentação da vida pública. A figura mais influente desse grupo, Guy Debord, que também foi membro do Letrismo Internacional, na sua conhecida tese sobre a *Sociedade do espetáculo*, proclamava que, nessa sociedade, as experiências autênticas estavam sendo recicladas como espetáculo, transformando o indivíduo em consumidor passivo.

Muitos autores reconhecem nas mídias locativas os ecos da psicogeografia, uma proposta estratégica para a exploração inventiva e lúdica da cidade. Foi definida em 1955 por Debord que buscava explicar, ligada a essa estratégia, a idéia do urbanismo unitário, na sua busca de uma aproximação revolucionária da arquitetura. A psicogeografia prega a prática da deriva: perambular pelas ruas, sem rumos definidos, deixar-se perder nos labirintos da urbe, para subverter os rumos pré-determinados do planejamento urbano. “Uma outra cidade para uma outra vida” era o que proclamava o arquiteto radical Constant.

A deriva da psicogeografia é congênita à tradição política da teoria urbana, dos radicais como Henri Lefebvre (1947), ou liberais como Jane Jacobs (1961), ambos pregando que encontros casuais em espaços públicos favorecem o funcionamento das sociedades democráticas. Mas a deriva, como queria Debord, deve somar à espontaneidade dos encontros fortuitos o domínio das variações

psicogeográficas por meio do conhecimento e cálculo de suas possibilidades. Caso contrário, a deriva perderia o potencial político de que ela deve se nutrir. Assim entendida, a deriva foi a principal estratégia que os situacionistas elegeram e, nos anos 1980 e 1990, houve um reflorescimento e diversificação da psicogeografia, impulsionados por vários tipos de ativismos estéticos. Recentemente, as mídias locativas trouxeram um novo vigor para a psicogeografia.



Juan Cárdenas, s.t., 1971, óleo/tela (detalle). Banco de la República. Archivo Fotográfico: ICC, 1977.

Como se pode ver, as mídias locativas estão ligadas a uma tradição estética de ativismo político. Elas carregam, por isso mesmo, todo o peso das controvérsias que sempre rondaram e continuam rondando esse tipo de proposta estética.

5. O fogo cruzado das controvérsias políticas

Para os críticos das mídias locativas, os protocolos da internet são arquiteturas de controle que, desde

o começo, estiveram implicadas em várias disputas de poder entre interesses militares, governamentais, industriais, universitários. Agora, o GPS está inevitavelmente atado aos complexos militares e à sua ubiquidade crescentemente comercial. As mídias locativas são hoje parte da “civilianização” das tecnologias, movida por interesses mercadológicos.

Tuters e Varnelis (*Ibid.*) enumeram uma série de manifestações críticas contra as mídias locativas. Para Andreas Broekman (ex-diretor do *Transmediale*, em Berlim), as mídias locativas são a vanguarda da sociedade de controle e os artistas têm a obrigação de deixar claro que seus trabalhos estão baseados na apropriação de instrumentos de vigilância e controle. A artista Coco Fusco, por seu lado, atacou as práticas associadas com redes e mapeamento, afirmando que elas fazem evaporar quatro décadas de crítica pós-moderna ao cartesianismo. Em vez de abraçar táticas fundadas em sonhos de onisciência, os artistas e ativistas deveriam examinar a história

da globalização, das redes, das ações coletivas para se darem conta de quão enraizados eles estão nas margens da cultura e da geopolítica. Segundo o artista e teórico Jordan Crandall, os projetos de mídias locativas estão nos escravizando em um neo-cartesianismo pelo ressurgimento da especificidade temporal e local, testemunhada pelas tecnologias de vigilância e navegação sensível ao local. A crítica mais devastadora veio de Brian Holmes (2003), quando afirmou que, com as mídias locativas, a estética da deriva está em todas as partes, assim como a grelha hiper-racionalista da infra-es-

estrutura imperial, pois, ao usar uma tecnologia controlada pela defesa militar norte-americana, estamos sendo interpelados por sua ideologia imperial.

Além disso, os projetos não podem prescindir de algum tipo de colaboração financeira, intelectual, política, material etc. entre governo, instituições e indústria. Implicam relações que misturam artistas e pesquisadores, designers e usuários, sujeitos e objetos, passado e futuro, material e imaterial, mercadorias e valores. Tutters e Varnelis (2006) lembram também que a atual geração de artistas cresceu dentro de uma dieta de crítica às instituições. Vêm as artes em novas mídias como transdisciplinares e procuram colocar seus projetos no campo da pesquisa, *design* e desenvolvimento. Por isso, buscam o financiamento das corporações ou mesmo do capital de risco. Bleecker (2006) diz que é irônico que, no momento em que os fundos para as artes secaram, os artistas de mídias locativas têm sido financiados por grandes empresas interessadas muito justamente na imaginação dos artistas para a emergência de novas idéias e aplicações.

Embora em campos antagônicos, críticos e defensores das mídias locativas identificam-se na paixão que os move. Varnelis (2006) considera que, embora as críticas sejam bem fundamentadas, elas são também nostálgicas, ao invocar uma noção de arte autônoma, independente dos circuitos das tecnologias de comunicação, o que não mais se sustenta. Para os defensores, vírus, *hackers* e net arte são formas de resistência e subversão aos protocolos da rede. É essa mesma política que a estética das mídias locativas está levando para o

mundo sem fio, ao propor sistemas abertos, redes livres, espaços a serem vivenciados como interferência, pirataria, participação e inclusão. O contexto de produção dessas mídias é social e político, com seu foco em redes sociais, acesso e conteúdo participativo nos relatos de histórias e anotações espaciais. Portanto, são mídias que redirecionam, na direção de seu uso, o poder embutido nas tecnologias.

Os projetos ganham as ruas, distanciam-se das galerias e museus e também das telas dos computadores próprias da net art, buscando as interfaces sociais com lugares. Quando aplicado à rede do espaço urbano, o modelo da web semântica se constitui em um modo verdadeiramente personalizado de arquivamento de dados, permitindo aos autores deixar a informação nos seus próprios servidores, tornando-os responsáveis por seu próprio conteúdo.

Enfim, são projetos que buscam extrair o potencial criativo das tecnologias GPS, explorando formas de expressão que são intrínsecas ou específicas das mídias móveis e sem fio. Um potencial que ajuda a elevar a consciência da história, da informação negligenciada ou esquecida, das pessoas e eventos que estão à margem do consenso, para dar voz ao que precisa ser conhecido: lugares e verdades sobre injustiças, expectativas frustradas, violência. Os limites entre arte e ativismo são muito tênues. Mas trata-se aí de um ativismo diferencial, pois, desde o primeiro evento de mídias locativas, a proposta era explorar a função desorganizadora (social, espacial e temporal) das redes sem fio *ad hoc* para a sincronização, sensibilidade interpessoal, usando tecnologias *open source* de mapeamento e posicio-

namento para ouvir e ver dados no espaço. Há também projetos que buscam redefinir os sentidos do mundo privado, impregnados com os valores do capital. Voltam-se, assim, para o renascimento de aspectos singelos da experiência pessoal com os lugares, vivificando os ambientes ao carregá-los de sentimentos humanos.

Em suma, apesar das controvérsias, e sem negá-las, sou levada a pensar que, quando movido pelo misto de desprendimento e obstinação que habita a alma de muitos artistas, qualquer projeto de arte, por mais simples que seja, ajuda o mundo a se tornar melhor.

Citas

- 1 O sistema de posicionamento global (GPS) foi autorizado pelo Congresso dos Estados Unidos em 1973 e é operado pelo departamento de defesa dos Estados Unidos. Os instrumentos envolvidos nesse sistema são um anel de 24 satélites que circundam a Terra de modo tal que, pelo menos quatro deles são visíveis de qualquer ponto no globo em qualquer momento. O sistema tem sido usado para a navegação de veículos, mas encontrou seu caminho também na internet móvel, quando o grupo de satélites é usado para localizar a posição de um usuário.
- 2 RFID é um método automático identificador de radio frequência que se baseia no arquivamento e recuperação de dados remotos utilizando os recursos dos tags. Um tag de RFID é um pequeno objeto que pode ser incorporado a um produto, animal ou pessoa.

Bibliografia

AUGÉ, Mark, 1994, "Não-lugares", Maria Lucia Pereira (trad.), *Introdução a*

- uma antropologia da supermodernidade*, Campinas, Papirus.
- BEIGUELMAN, Giselle, 2006, “Entre hitos e intervalos (A estética da transmissão no âmbito da cultura da mobilidade)”, en: Denize Correa de Araújo (ed.), *Imagem (Ir) realidade. Comunicação e cibermídia*, Porto Alegre, Sulina.
- BERMAN, Marshall, 1982, *All that is solid melts into air: The experience of modernity*, New York, Simon e Schuster.
- BLEECKER, Julian, 2006, “Locative media: a brief bibliography and taxonomy of GPS-enabled locative media”, disponible en: <http://leoalmanac.org/journal/Vol_14/lea_v14_n03-04/jbleecker.asp>, consultado el 15 de diciembre de 2007.
- CASTELLS, Manuel, 2000, *The rise of the network society*, Malden, MA, Blackwell Publishers.
- DEBORD, Guy, 2000, *A sociedade do espetáculo*, Rio de Janeiro, Contraponto.
- HABERMAS, Jürgen, 1994, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, México, Gustavo Gili.
- HARVEY, David, 2003, *Paris, capital of modernity*, New York e London, Routledge.
- HOLMES, Brian, 2003, “Drifting through the grid: Psychogeography and imperial infrastructure”, disponible en: <http://www.springerlin.at/dyn/heft_text.php?textid=1523&lang=en>, consultado el 15 de diciembre de 2007.
- JACOBS, Jane, 1961, *The Death and Life of Great American Cities*. New York, Vintage Books.
- LAVALLE, Adrián 2005, “As dimensões constitutivas do espaço público. Uma abordagem pré-teórica para lidar com a teoria”, en: *Espaço e Debates*, Vol. 25.
- LEFEBVRE, Henri, 1991, *The Critique of Everyday Life*, Vol. 1, London, Verso.
- LEMOS, André s/f, “Mídias locativas e territórios informacionais”, en: Lucia Santaella e Priscila Arantes (eds.), *Estéticas tecnológicas. Novos modos de sentir*, São Paulo, Educ, no prelo.
- LENZ, Ronald, 2007, “Locative media”, disponible en: <<http://spresearch.waag.org/images/LocativeMedia.pdf>>, consultado el 08 de enero de 2008.
- LYONS, Jessica, 2005, “Site-specific art sets mood in many locals: installations blend art and environs. The result: aesthetic surprises indoors and out”, en: *Art Business News*, abril, disponible en: <http://findarticles.com/p/articles/mi_m0HMU/is_4_32/ai_n1372_0087>, consultado el 7 de enero de 2008.
- MCQUIRE, Scott, 2006, “The politics of public space in the media city”, disponible en: <http://www.firstmonday.org/issues/special11_2/mcquire/index.html>, consultado el 12 de enero de 2008.
- ROUX, Xavier, 2007, “Participation in Contemporary Art”, disponible en: <<http://timetags.research.yahoo.com/creativity/papers/7.roux.pdf>>, consultado el 7 de enero de 2008.
- RUSSELL, Ben, 1999, “Headmap manifesto”, disponible en: <<http://www.headmap.org/headmap.pdf>>, consultado el 22 de junio de 2006.
- SANTAELLA, Lucia, 2003, *Culturas e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura*, São Paulo, Paulus,.
- , 2004, *Corpo e comunicação. Sintoma da cultura*, São Paulo, Paulus.
- , 2007, *Linguagens líquidas na era da mobilidade*, São Paulo, Paulus.
- SENNETT, R., 1977, *The fall of public man*, New York, Alfred A. Knopf.
- SHEPARD, Mark, 2007, “Locative media as critical urbanism”, disponible en: <<http://www.spatialturn.de/Abstracts/Shepard.pdf>>, consultado el 10 de enero de 2008.
- SOUZA, Adriana, 2006, “Do ciber ao híbrido: Tecnologias móveis como interfaces de espaços híbridos”, en: Denize Correa de Araújo (ed.), *Imagem (Ir) realidade. Comunicação e cibermídia*, Porto Alegre, Sulinas.
- TUTERS, Marc e K. Varnelis, 2006, “Beyond locative media”, disponible en: <http://networkedpublics.org/locative_media/beyond_locative_media>, consultado el 11 de diciembre de 2007.
- VARNELIS, Kazys, 2006, “Locative media”, disponible en: <http://www.futuresonic.com/futuresonic/pdf/Locative_Commons.pdf>, consultado el 11 de diciembre de 2007.
- VIRILIO, Paul, 1994, *The vision machine*, Bloomington, Indiana University Press.

