



# 2

## Etnografia post-euclidiana e culturas digitais

**Massimo Canevacci:**

**CV:** <http://lattes.cnpq.br/3473330920781257> - Antropólogo, professor aposentado da Università La Sapienza di Roma e pesquisador visitante do grupo Política Ambiental do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo.



# BSTRACTRESUMOABSTRACTRESUMOABSTRAC

**Resumo** Uma leitura diferente da teoria crítica questiona o que é a mídia de massa atualmente apontando que, na cultura digital, cada um pode elaborar sua própria narrativa. Donde o problema fundamental é como fazer uma pesquisa empírica criticamente orientada para a cultura digital que está prefigurando o conceito de auto-representação. Na cultura digital, as identidades não são fixas, mas flutuantes. O conceito de “multívíduo” modifica o conceito clássico de indivíduo. Um mesmo sujeito pode ter uma multiplicidade de identidades, de "eus", e assim multividuar a sua subjetividade. O autor, portanto, propõe uma constelação móvel policêntrica, polifônica e polimorfa onde o ser humano é parte desta constelação.

**Palavras Chave** Cultura Digital; Multívíduo; Ubiquidade; Espaço Pós-Euclidiano.

**Abstract** A different interpretation of the critical theory asks what is actually mass, pointing out that, in digital culture, each one can elaborate his/her own narrative. The fundamental issue is how to make an empirical research critically oriented to the digital culture which is performing the concept of auto-representation. In the digital culture, identities are not fixed, but floating. The concept of “multindividual” modifies the classical concept of individual. A same person may have a multiplicity of identities, of “selves”, and so “multindividualize” his/ her subjectivity. Therefore, the author proposes a mobile, polycentric and polyphonic constellation where the human being is part of this constellation.

**Keywords** Digital Culture; “Multindividual”; Ubiquity; Space Post-Euclidian.



## INTRODUÇÃO

A descentralização ubíqua do indivíduo trata de um tipo de identidade característica da cultura digital. O desejo de viver uma alteridade interna era compartilhado apenas em momentos específicos, como no carnaval. Atualmente, com a explosão da cultura digital, esse desejo de alteridade multifocalizada pode ser vivido o tempo todo, em qualquer momento. Basta o sujeito entrar na internet para poder exprimir diferenças coexistentes e heterônomos estilos de escrever, de se representar, de se conectar. O sujeito transitivo, caracterizado de flutuantes "eus multividuais" que estão se afirmando como "outros", tem a vantagem de usufruir das tecnologias digitais, tecnologias que se tornam mais difundidas diante da facilidade de uso, da redução de preços, da aceleração de linguagens, das possibilidades de edição autônoma.

A cultura digital modifica a "divisão comunicacional do trabalho" (expressão inspirada no conceito de divisão social do trabalho, proposto por Marx) entre quem narra e quem é narrado. Surge, daí, a ideia de auto-representação: as pessoas querem se representar, e não mais serem representadas. E, de qualquer lugar do mundo, elas têm os meios tecnológicos e as condições culturais para fazer isso, para nunca mais conceder a um terceiro o direito de representá-las. Isso vem do desejo de cada um exprimir, de narrar sua própria história. Entra em cena, assim, a crítica ao status de "quem tem o poder de representar quem".

Caiu a dicotomia entre quem representa, de um lado, e quem é representado, de outro. Trata-se do direito que cada pessoa tem de representar a si mesma politicamente e esteticamente e de representar também quem a representa. Isso significa colocar em crise permanente a visão dualista e dicotômica entre natureza e cultura, masculino e feminino, bem e mal, quem representa e quem é representado. Diante disso, precisamos desenvolver lógicas diferenciadas de pensamento que permitam aproveitar as potencialidades que a cultura digital nos oferece.

O paradigma que sustenta a dimensão científica é, em grande parte, baseado na física e na matemática euclidiana. Mas, a partir da metade do século passado, a visão pós-euclidiana começou a se manifestar também nas ciências ditas exatas. Nos laboratórios do Cern [Centro Europeu de Pesquisa Nuclear], por exemplo, o contexto no qual os experimentos são colocados é parte da avaliação, porque se entende que o contexto modifica o resultado. Subjetividade e objetividade, particularidade e universalidade estão conectados e fazem parte dos resultados.

A objetividade pura era importante no passado. Agora, o que precisamos é aliar a força estética da imaginação e a experiência subjetiva com a exatidão científica por meio do que chamo de "imaginação exata". Lógicas pós-euclidianas...



As obras criadas pela arquiteta Zahad Hadid<sup>3</sup> ilustram muito bem a emergência dessa cultura pós-euclidiana. Ela desenvolveu um tipo de elaboração digital capaz de criar fantasias arquitetônicas que não pertencem à nossa experiência geométrica cotidiana. Ela aplica uma multidimensão híbrida auto-generativa em formas arquitetônicas diagonais, que nunca existiram antes e que não são baseadas na geometria clássica, euclidiana, composta por quadrado, círculo, etc. Com isso, cria uma experiência metropolitana inovadora, que desafia o nosso olhar acostumado com prédios retangulares e piramidais com forma modernista. Adorno (1966), Benjamin (1939/2000) e Kracauer (1927/1995) foram os primeiros a estudar empiricamente a cultura de massas que estava nascendo. Adorno se dedicou à análise do rádio, do cinema, da música, da personalidade autoritária. Era um filósofo que não estava apenas pensando, pois fazia pesquisa empírica. Kracauer, ao estudar o cinema dos anos vinte, já tinha entendido que a auto-representação era um novo paradigma que a nova tecnologia reproduzível cinematográfica oferecia. Tomar a teoria crítica a partir do conceito de homologação é uma leitura superficial. Assim como é superficial entender a indústria cultural como uma forma absoluta de massificação. Em Kracauer e Benjamin, por exemplo, tratava-se da possibilidade de inserir a tecnologia reproduzível em processos de libertação das classes sociais pobres, que poderiam, a partir desse recurso tecnológico, usufruir da cultura estética.

Nos últimos anos, vem nascendo na Alemanha e nos Estados Unidos uma corrente inovadora que faz uma leitura diferente da teoria crítica. O que é a mídia de massa atualmente? O conceito de massa está morto, assim como a ideia de mídia como mediação entre a indústria cultural e o público. Na cultura digital, cada um pode elaborar sua própria narrativa. O problema fundamental, agora, é como fazer uma pesquisa empírica criticamente orientada sobre a cultura digital — uma cultura que está modificando a mídia de massa e prefigurando o conceito de auto-representação.

A lógica dualista da cidade industrial foi substituída pelo pluricentrismo da metrópole comunicacional, na qual prevalece a flexibilidade característica da cultura digital. Essa transformação está relacionada à dimensão da ubiquidade, que complexifica a percepção do espaço-tempo. O sujeito que transita na rede e na metrópole comunicacional pode, no mesmo espaço-tempo, comunicar-se com pessoas de contextos totalmente diferentes. Essa experiência ubíqua — inexistente e inimaginável na cidade industrial — levanta desafios enormes para a comunicação e a etnografia: que tipo de relação com os outros isso provoca? Como fica a questão da alteridade? Afirma-se um sujeito conectivo (e não coletivo).

---

<sup>3</sup> Hadid é uma arquiteta iraniana, famosa por seus projetos arrojados. Ver: [www.zaha-hadid.com](http://www.zaha-hadid.com). Ver também JODIDIO (2012).



Na metrópole comunicacional, cada pessoa configura um "outro", não na forma de uma alteridade radical, mas na de pequenas diferenças. Se, no passado, prevalecia o conceito de homologação, no qual todo mundo seguia um padrão determinado pela estrutura econômica e política, atualmente o grande desafio da comunicação e da etnografia é penetrar em cada uma dessas diferenças — diferenças que configuram tipos específicos de alteridade e, juntas, formam um *patchwork*, uma dimensão sincrética glocal que varia no espaço e no tempo.

Na cultura industrial, produzia-se uma identidade sempre idêntica a si mesma, que agora não funciona mais. Na cultura digital, as identidades não são fixas, mas flutuantes. O conceito de multívíduo modifica o conceito clássico de indivíduo — palavra de origem latina que, por sua vez, traduz a palavra grega *atomom*, cujo significado é indivisível. O multívíduo é um sujeito divisível, plural, fluido. Ubíquo. Um mesmo sujeito pode ter uma multiplicidade de identidades, de "eus", e assim multividuar a sua subjetividade.

## ANTROPOCENTRISMO

As relações dialógicas entre olhar e ser olhado ou o processo meta-fetichista de olhar aquele que me está olhando implica visões pragmáticas além da tradição filosófico-política baseada sobre o antropocentrismo: um antropocentrismo que condiciona nosso olhar sobre as imagens. Quero lembrar que a filosofia clássica afirmou com Demócrito que “o homem é a medida de todas as coisas” e Marx repetiu esta citação no seu livro mais famoso: *Das Kapital* (1967). Todo o pensamento humanista está baseado sobre este assunto. E foi, e ainda em parte é, elemento decisivo para afirmar a centralidade do ser humano (de qualquer gênero e não apenas “homem”) autônomo e livre de condicionamentos religiosos ou irracionalisticamente míticos. Esta visão humanística – no contexto histórico cultural de agora – tem alguns limites que é preciso enfrentar. É a relação entre humanismo e antropocentrismo que precisamos focalizar melhor em relação às imagens. Com o segundo conceito, entende-se que o centro com relação à natureza é o átropos (isto é, não homem, mas homem e mulher). Esta centralidade precisa ser questionada.

A natureza, em geral, seja a assim dita “primeira” ou “segunda” natureza - objetos, coisas, mercadorias, etc. - virou território de domínio da razão instrumental que achava a potencialidade de “extrair” coisas infinitas do “corpo” desta natureza. O centralismo é a tendência a centralizar sobre um elemento (étnico, sexual, esportivo, individual) em contraposição aos outros que viram “periferizados”. Uma antropologia progressiva deseja criticar toda forma de centralismo. Em relação ao específico antropocentrismo, precisamos elaborar um pensamento prático, diria um treino



filosófico descentrado, pelo qual cada pessoa poderia imaginar que uma floresta perdida, uma coisa banal, um objeto biográfico colecionado, uma onda do mar que me acaricia, o WWW que me glocaliza, a obra de Michelangelo que me espanta, é um centro descentrado e descentrante.

Dessa maneira, configuro uma constelação móvel policêntrica, polifônica e polimorfa: o ser humano é parte desta constelação, nunca mais o centro único e centralizador. E o universo vira um multiverso, em simetria ao indivíduo que vira multivíduo. A elaboração prática, a percepção ótica, a transformação criativa de imagens informam um posicionamento político comunicacional: inventar um humanismo não antropocêntrico. Ao mesmo tempo, quero sublinhar que ainda agora muitas culturas religiosas de caráter monoteísta continuam a ser profundamente iconoclastas. Um ódio explícito em direção às imagens, uma perseguição minuciosa para controlá-las ou censurá-las, e, no extremo final, para destruí-las. Um mundo sem imagens de Deus deveria ser um mundo perfeitamente abstrato.

Um mundo cheio de imagens é um mundo politeísta.

Um multiverso politeísta - no sentido das imagens que não precisam da dicotomia religião-profano, que gostam de explorar o além de cada dicotomia - enxerga fora de um critério antropocêntrico e etnocêntrico. Este projeto é possível e complicado pela resistência não somente econômica de colocar a estrutura produtiva como centro instrumental das relações com o mundo e de um modelo de subjetividade baseada sobre o nexa auto-repressão / auto-afirmação, como está presente na longa história psico-cultural que imaginou (e praticou) este centralismo como base para a auto-afirmação do sujeito racional através da própria auto-repressão, ou melhor, na introjeção de um domínio funcional do próprio modelo histórico de indivíduo. Este modelo histórico está claramente em crise.

A universidade expandida nas culturas digitais poderia elaborar sua filosofia antropológica e talvez um projeto pragmático para mudar o posicionamento político de cada sujeito multivíduo em relação à constituição de imagens tendencialmente liberadas. Eu acho, estou achando, estou imaginando uma visão aqui resumida: elaborar uma perspectiva na comunicação visual em direção a uma imaginação exata de olhar em direção de um meta-fetichismo. Um fetichismo além do poder reificado das mercadorias - ou de uma política auto-centrada - poderia antecipar uma visão onde o dualismo entre orgânico e inorgânico, objeto e sujeito, mercadoria e coisa, ser e natureza, como tendência, vão acabar. Imagino um movimento de libertação dos objetos inorgânicos - que eu gosto de chamar facticidade, utilizando um conceito de Adorno. Liberar as coisas de serem úteis é a política antropológica - não cêntrica - colocada no fluxo da constelação meta-fetichista.



## EUCLIDES

Problematizar as metodologias pluralizadas que se poderiam aplicar na comunicação visual expandida são mutantes e descentradas em relação ao sujeito/objeto da pesquisa etnográfica: é impossível aplicar uma única metodologia adaptada numa singular manifestação imagética. Por isso, queria apresentar algumas breves perspectivas metodológicas caracterizadas pela reciprocidade de influências diagonais. Antes, queria sublinhar a importância da etnografia – nascida na área da antropologia cultural e agora autônoma e aplicada a qualquer impoção de estudos culturais – que continua a questionar o processo de investigação e a imanência conectiva da composição do resultado parcial da pesquisa. Etnografia é pesquisa no campo. E os campos da comunicação das imagens cruzam-se entre corpo, metrópole, tela. O campo é material e imaterial, ou melhor, “metarialimaterial”: a cultura digital mistura esta relação, e gostaria de colocar uma última referência possível: nos últimos tempos, diferentes grupos de pesquisadores ou artistas elaboram e também produzem cenários que experimentam as perspectivas múltiplas, assim ditas pós-euclidianas.

A geometria, e também a filosofia – e, diria, em geral, a antropologia – não consegue ficar parada no paradigma de Euclides que, no sua época, elaborou uma epistemologia que, por séculos, fundou o ensino na escola e as realizações urbanas ou científicas em geral. Pesquisadores como o cientista Paul Finsler (citado em DARVAS, 2012) antecipou esta visão de regras que apresentam simetrias e irregularidades auto-organizadas e que precisam ser entendidas por quem pesquisa a fluidez da comunicação de imagens. Seguindo o trabalho e o desafio de György Darvas (2012), é tempo de tentar conectar produtivamente as assim ditas “duas culturas”, para superar este dualismo e para visionar as imagens de pontos de vistas assimetricamente diferenciados:

“The next generation of the non-Euclidean geometries took into consideration the dependence of the curvature (and the metric) on the displacement of a given point (event) in space and time. This is a family of Riemannian geometries. This potential program was predicted, at least in mathematical terms, by Paul Finsler. Finsler geometries treat spaces whose curvature, and accordingly metric, depend not only on their location (like in Riemann geometry), but also on directions assigned to each spatial point. The original idea was that the curvature changed according to the possible spatial direction where a vector could be



attached to each point at each time. Further, physics establishes laws that represent constancy in the continuously changing world (DARVAS, 2012, p. 3).<sup>4</sup>

Isso significa que, na percepção quotidiana de cada um de nós, existe um padrão - ou uma moldura - que enquadra os elementos sensíveis perceptivos pelos nossos olhos em um sistema geométrico fixo. Mas este modelo não é eterno ou natural, assim como não existe um triângulo ou uma esfera na natureza, mas sempre aproximações. Bom: estas aproximações são desafiadas pela física contemporânea que elabora princípios diferentes baseados em simetrias assimétricas. O mundo das imagens é aquele que mais representa este mundo mutante (*changing world*). Na minha leitura, tudo isso poderia significar a “invariance of a configuration of elements under a group of automorphic transformations.” (invariância de uma configuração de elementos sob um grupo de transformações automórficas). Esta visão aplicada às imagens poderia significar abandonar a lógica baseada na geometria clássica e iniciar a exploração dos mundos das imagens baseadas em transformações automórficas (*automorphic transformations*). Este conceito de automórfico é conectado àquele de generativo no sentido de Zaha Hadid.

A arquiteta e filósofa Zaha Hadid aplica esta concepção automórfica nas suas obras que ela mesma chama de generativa: isto é, que gera formas inauditas. Se uma arquitetura generativa é automórfica, isso significa, por extensão, que cada imagem pode ser – na cultura digital – auto-generativa. Na imanência da sua espontaneidade telúrica, criam-se imaginações exatas viajando na direção da sua específica constelação. Constelação telúrica. Poder-se-ia afirmar que isso é o panorama semovente do presente futuro. Ela mesma, Zaha, utiliza ou reinventa conceitos que deveriam ser próprios da filosofia ou da antropologia. A sua arquitetura hibridiza, “morfiza” (dá forma), é deformante e iterativa: por isso é generativa de composição inéditas ou pós-euclidianas. Talvez o seu conceito mais complexo, e diria misterioso ou profundo, é elaborar os sintomas de uma impureza reprimida (*symptoms of a repressed impurity*). É um conceito-paradigma que conecta a história subterrânea da cultura ocidental, aquela que elimina ou reprime tudo o que é impuro. Porque a civilização é baseada sobre os conceitos de pureza, autenticidade, origem: são os três conceitos mais poderosos e mais regressivos da cultura hegemônica no Ocidente. O sintoma é uma erupção irregular e imprevisível

---

<sup>4</sup> “A próxima geração de geometrias não-euclidianas levaram em consideração a dependência da curvatura (e da métrica) em um dado ponto (evento) no espaço e no tempo. Esta é uma família de geometrias Riemannianas. Este programa potencial foi predito, ao menos em termos matemáticos, por Paul Finsler. As geometrias de Finsler tratam espaços cujas curvaturas, e portanto métrica, dependem não apenas de sua localização (como na geometria Riemanniana), mas também de direções assinaladas em cada ponto espacial. A ideia original era que a curvatura mudava de acordo com a possível direção espacial onde um vetor podia estar ligado em cada ponto a cada tempo. Além disto, a física estabelece leis que representam a constância em um mundo continuamente mudando” (DARVAS, 2012, p. 3).



desta repressão: poderia ter as formas mais insuspeitadas, estranhas, misteriosas. Tentar interpretar os sintomas é o escopo de muitas disciplinas, em primeiro lugar, da psicanálise. E a arte, às vezes, consegue liberar estes sintomas, transfigurá-los em outra fisionomia, uma fisionomia metamórfica. Zaha Hadid consegue visualizar e transfigurar estes sintomas em arquitetura através de geometrias – mas diria geofilias – diagonais, não-normativas, além de cada tipologia, o sólido euclidiano.

Ela elabora outros conceitos sobre outra fluidez de constelação: *Shifted geometry*, *Chtonic creatures*, *Self-compacting concret*, *Unusual volumetric structural logic*, *Creating entity that might be imagined as a living creature*, *Cosmopolitanism*. É possível sustentar que algumas imagens são cosmopolitas e, por isso, às vezes produzem medo, raiva, conflito. Suas dissonâncias são conceituais e materiais, graças à sua exata imaginação baseada em *The diagonal created the idea of the explosion reforming space* (O diagonal criou a idéia de explosão que reforma o espaço). No meu vocabulário, ela aplica o estupor metodológico. O estupor diagonal.

## UBÍQUO

O conceito de ubíquo se apresenta dentro de um método de pesquisa etnográfica indisciplinado, no sentido que recusa os limites das disciplinas institucionalizadas. Nos últimos anos, o conceito de ubiquidade mudou o sentido de seu próprio significado tradicional e disseminou um uso metafórico para identificar as experiências subjetivas cotidianas através da comunicação digital. Assim, a relação entre corpo pós-humano, cultura digital e metrópole comunicacional é ubíqua: uma ubiquidade plural que caracteriza as relações espaços-temporais na cotidianidade banal assim como as visões artísticas. Posso ficar em qualquer lugar e no mesmo espaço/tempo sou conectado glocalmente.

Os futuristas italianos amaram o conceito de simultaneidade, aplicando-o tanto às artes plásticas (pintura e escultura) como às performáticas, nas quais as declamações de poesia, músicas, contos eram representadas simultaneamente nos palcos. Eles foram a primeira vanguarda que percebeu a metrópole contraposta ao tédio do campo. Lá emergem panoramas dissonantes, extensões corpóreas, rumores deslocados: aquelas sensorialidades aumentadas na experiência tecno-urbana. A simultaneidade é a irmã “material” da ubiquidade. Talvez seja quase filha do cinema nascente que, na montagem, exprime uma contiguidade ótica entre segmentos narrativos diversos. Tal ótica simultânea é poesia para um futuro anunciado nos movimentos icônico-sônicos que nascem na rua, atravessam a janela do atelier e se posicionam na tela do pintor e na partitura do musicista. A rua é - simultaneamente - arte urbana.



O conceito de ubíquo é desvinculado de tal matriz empírica. Talvez a maior autonomia filosófica derive de ser – a ubiquidade – uma condição abstrata ligada misticamente a um ser divino. O ubíquo não é o resultado da experiência empírica na vida cotidiana como o simultâneo; ao contrário, este pertence a uma percepção visionária do invisível no qual a condição humana é constantemente observada pelo divino e do qual não se foge escondendo-se em algum lugar secreto, porque a entidade ubíqua o encontra sempre. Dessacralizando esta condição na contemporaneidade, o ubíquo desenvolve a imanência lógico-sensorial de caráter material/imaterial; exprime tensões além do dualismo, no qual as oposições binárias são funcionais a reconduzir a complexidade cotidiana no domínio dicotômico da *ratio*. Ubíquo é incontrolável, incompreensível, indeterminável. Fora do controle político vertical, da racionalidade mono-lógica, de qualquer determinação linear espaço/temporal. Nesta perspectiva, é possível elaborar visões ubíquas para as invenções humanistas que se movem à margem do além: além da fixidez identitária das coisas e do ser que, por tal qualidade, oferece visões poéticas-políticas ilimitadas.

Ubíquo é a potencialidade da fantasia que conjuga espaços públicos e tecnologia.

Tal ubiquidade etnográfica requer ser precisada. A minha identidade de pesquisador não permanece idêntica a si mesma, porque desenvolve ao mesmo tempo relações diagonais que usam diferenciadas expressões metodológicas em diversas zonas locais cada vez menos caracterizadas geograficamente e cada vez mais subjetivas emocionalmente. Tal identidade é mais flexível em relação ao passado industrial; é uma identidade em parte mutante acomodada num barco instável, que oscila entre diversos sujeitos/contextos no mesmo *frame*. Por isto, o olhar etnográfico/artístico é ubíquo enquanto adestrado para decodificar a coexistência de códigos discordantes (escritos, visuais, musicais, mixados etc.) e praticar módulos igualmente diferenciados.

As coordenadas espaços-temporais se tornam tendencialmente supérfluas e se expande um tipo de experiência subjetiva ubíqua. O olhar do artista se coloca em tal situação de ubiquidade imerso na própria experiência pessoal e na relação instantânea com o outro; e este outro é igualmente ubíquo, no sentido que vive onde está ativo naquele momento o seu sistema comunicacional digitalizado. Tal experiência não significa desmaterialização das relações interpessoais; atesta uma complexa rede psico-corpórea, conexões óticas e manuais, seguramente cerebrais e imaginárias que deslocam também, na aparente imobilidade, a experiência do sujeito. O conceito de multivíduo se manifesta plenamente em tais conexões ubíquas. A etnografia ubíqua expande multivíduos conectivos. São tramas que conectam fragmentos e espaços/tempos sem aquela



identificação determinada “normal” e que multiplicam identidades/identificações temporárias.

O sujeito da experiência etnográfica ubíqua é multivíduo.

A montagem interna caracteriza tal condição; enquanto a montagem tradicional externa conjuga consecutivamente fragmentos de estórias separadas entre si logicamente ou espacialmente, a montagem interna – favorecida pela *morphing* digital – multiplica a quantidade/qualidade de códigos coexistentes por unidade de imagem. A montagem interna dilata a percepção ótica da simultaneidade e a expande na ubíquidade. A montagem interna à tela do PC incorpora a ubíquidade; atrai e expande a ótica digital, desconecta o equilíbrio psíquico sacudindo-o com as turbulentas árias de pixel. Desloca a conclusão da pesquisa rumo a uma composição multissequencial para além da escrita etnográfica somente.

## MÉTODOS

A etnografia é reflexiva. Em primeiro lugar, o pesquisador que quer enfrentar este âmbito através dos métodos etnográficos precisa se colocar numa dimensão reflexiva. Isso significa que ele/a não pode imaginar ficar neutro, objetivo, distante em relação ao objeto de pesquisa ou do prazer estético que cada vez mais se apresenta como sujeito. Pelo contrário, a sua emotividade é envolvida no olhar, na sua sensibilidade, na sua percepção sensorial. O pesquisador reflete sobre si mesmo na medida em quem analisa (e é analisado) o objeto-sujeito. Precisa saber escutar e dialogar entre si mesmo.

- *estupor metodológico*: é uma forma inovadora de posicionar o corpo e a mente numa dimensão porosa para encontrar o desconhecido. Trata-se de um treino para abrir a própria corporeidade e prepará-la para o encontro com o estranho que, justamente por ser estranho, é desejado. O problema desse encontro é fundamental na etnografia. Pode ser um encontro casual, com algo que está muito perto, no Facebook ou na rua, por exemplo. Porque, às vezes, surfando na internet ou caminhando pela rua, a gente encontra elementos que criam um tipo de espanto. E é preciso estar preparado quando esse encontro acontece. É preciso estar treinado para enfrentar na hora o desconhecido, que é ao mesmo tempo sedutor e espantoso. É preciso agarrar o momento, que é único e pode escapar. Para elaborar uma etnografia da juventude urbana, focalizada sobre o desejo de movimento urbano criativo, é fundamental aplicar seja a auto-representação seja o estupor como metodologias ubíquas. Treinar-se no estupor é determinado pela mistura flexível do familiar e estrangeiro, que antes era claramente uma oposição binária e dialética. O museu transitivo é sempre mais familiar/estrangeiro. O exótico, há tempo, é parte da experiência cotidiana de cada cidadão. Não



está mais num lugar cognitivo diferente ou bizarro do consumidor: escolher comunicar uma diferença “exotizada” é apenas uma questão de estilo. Este treino, baseado no estupor, compõe a porosidade corporal em relação a um potencial encontro com pessoas/culturas/obras desconhecidas ou estranhas e que, justamente por isso, são desejadas. Os pesquisadores precisam colocar a própria inteligência sensível no liminar ambíguo do estupor: assim é possível penetrar e ser penetrado por aquele que é estranho enquanto inovador, sem fechar-se na sua própria normalidade fixa; a metodologia do estupor é básica e se conecta com o ponto seguinte.

- *fetichismo metodológico*: corresponde a uma abordagem das formas comunicacionais das coisas-animadas que dissolve o caráter reificado da mercadoria através do deslizamento semiótico dos códigos nelas incorporados. A interpretação é, ao mesmo tempo, uma destruição dos estereótipos hetero-reproduzidos. O fetichismo metodológico é, por assim dizer, homeopático: ele elabora os estereótipos fetichizados, exasperando e dilatando as construções interpretativas encenadas pelas próprias coisas-mercadorias, ao longo de sua vida comunicativa – o olhar erótico: um mix de ótica e erótica por treinar a refletividade do pesquisador a “fazer-se-olho” seja no trabalho de campo seja na composição final. Erótica é uma sensibilidade conceitual que dilata a pupila em direção da sensualidade perigosamente sedutora e deslocante; o olhar do pesquisador é desafiado; esse mesmo olhar precisa se tornar oblíquo mais que frontal. Aprender a se olhar enquanto olha. Fazer-se ver. Para desenvolver o ponto de vista da observação reflexiva é preciso colocar-se nesta proposição: uma proposição sensível não tanto à semiótica, à estética, à comunicação, quanto ao ato “passivo” de ver. Fazer-se ver: não no sentido de aparecer, mas nos variados sentidos de desenvolver qualidades sensitivas fundadas nas percepções do olhar, na sensibilidade do ver, do mudar-se em ver, em coisa-que-se-vê e se vê. Tornar-se olhar, um corpo cheio de olhos.

## ORIGINAL-FAKE

Em uma edição que saiu durante minha permanência na China, o jornal *South China Morning Post*, tinha estampado um artigo com uma reflexão que me impressionou muito. Estava escrito: a China transformou-se na fábrica do mundo e o *Made-in-China* está conquistando os mercados globais. Esta deve ser considerada a primeira fase da revolução que está mudando as relações entre os diferentes setores no mundo todo, mas que não pode continuar dessa maneira pelo seguinte motivo: uma grande quantidade de produtos aqui fabricados é o resultado de patentes ou de qualquer maneira de invenções que provêm do estrangeiro, como Europa, Estados Unidos e Japão. Esta fase de produção na pátria de produtos inventados em outro lugar deve



ser superada com a finalidade de concentrar recursos, tecnologias e pesquisas frente a inovações. O *design*, por isso, deve se tornar o centro dos investimentos da fase dois, compreendendo por *design* a arquitetura, o projeto, a criação e a patente. A China não poderá ficar por muito tempo nesta zona ambígua onde o Made-in-China muitas vezes é acompanhado por etiquetas do tipo: "Projetado pela *Apple* na Califórnia, Montado na China".

A China não deverá mais ser o local de montagem de tecnologias e projetos concebidos no estrangeiro. Por isso – essa era a conclusão do artigo – o desafio do presente é Design-in-China. Assim, “pequenas” cidades como Wuxi, financiaram projetos de escala global para atrair algumas centenas de *designers* também estrangeiros e iniciar uma atividade de formação destinada à criatividade local, atitude bem entendida por Robin Li, inventor do mecanismo de busca *Baidu*, e por isso escolhido pela revista *Time* como uma das cem personalidades mais influentes do mundo.

Amplitude e imaginação: estas duas coordenadas, uma espacial e outra mental, definem a nova fase da China e por isso foram escolhidas como palavras chave pela Expo de Xangai.

As muitas pessoas que adquiriram mercadorias chinesas exportadas em quase todos os cantos do planeta tinham a clara visão de que estes produtos pareciam verdadeiros, é como se fossem verdadeiros, talvez até sejam verdadeiros. Todavia, também os falsos se compram por tal ambiguidade e se refletimos melhor sobre o que está acontecendo, parece que esta distinção entre verdadeiro e falso – que aqui chamarei de *fake* em homenagem ao citado filme de Orson Welles *F for Fake* – o dualismo “Verdades e Mentiras” não é capaz de compreender a profunda mudança “superficial” dessas coisas. Na verdade, elas muitas vezes são produzidas na China sob licença das grandes marcas, por exemplo, italianas, no que diz respeito às roupas, só que é suficiente modificar uma letra (de Armani a Amani) para evitar improváveis causas, mesmo que o produto seja de todo igual ou verossímil. Saem muitas vezes das fábricas ou das sub-fábricas, fantasmas, gêmeas ou paralelas sem que sejam nem mesmo necessárias operações de camuflagem. Resumindo, os direitos autorais (*copyright*) estão em crise não só pelos produtos intelectuais, como se diz obsessivamente nos convênios e nos parlamentos, mas também nos produtos materiais. Para melhor representar o meu pensamento, esta distinção entre material e imaterial não funciona mais, é um dualismo lógico – e produtivo – em crise, que tenta defender um passado claramente limitado e certamente alterado. De qualquer maneira, nenhum governo procura imobilizar estas inovações tecnológicas que podem replicar as “coisas” com apenas o toque de um botão, nem sequer as empresas que produzem estas tecnologias de reprodutibilidade sofrem crise moral ou denúncias penais. Aliás, estamos vivendo uma fase na qual



todos nós podemos seja criar coisas, histórias, imagens, seja replicar-lhes sem dever por isso pedir permissão a ninguém; e os anúncios contra as assim chamadas “piratarías” parecem favorecer os piratas e causar risada na platéia.

O *copy-left* não é só um slogan de uma esquerda liberal e pirata; é a prática que qualquer pessoa dotada de instrumentos, agora ao alcance das mãos, realiza na vida cotidiana, só que essa atividade reprodutiva na China envolve ambos os lados, dos produtos e da inteligência de uma maneira extensa na amplitude e na imaginação. Uma vez que a autenticidade do produto é cada vez menor, assim também o é o valor ambíguo que tal conceito sempre comportou: o ser autêntico é realmente uma ideologia ou um absurdo modelo restaurativo. Em antropologia, portanto, a autenticidade, juntamente com a pureza e a origem, foram questionadas há muito tempo, estão em discussão como culturas e até mesmo os indivíduos não podem mais se declarar, ou pior, serem declarados autênticos, puros, originais: mas sim, são um resultado de misturas complexas, híbridos e mutações. Uma vez que alguém – estilista de moda ou engenheiro de software – inventa um produto, este se torna uma cidadela circundada de olhos que farão qualquer coisa – se possui um *appeal* – para copiá-la. É uma espécie de canibalismo-tecno que é posto em movimento. As coisas vêm selecionadas, dissecadas, engolidas, montadas e recicladas como se fossem deliciosas partes de um corpo inimigo feito prisioneiro e cozinhado, ainda cheio das virtudes que traziam consigo e cujo objetivo final será o de ser devorado e absorvido da famosa iniciativa local.

Este canibalismo-tecno, um devorar de produtos e tecnologias para tomá-las como sua fisiologia individual, caracteriza certamente não só a China, mas, na prática, todos nós. Na verdade, a China conseguiu dar em pouquíssimo tempo um salto organizado, diria quase sistêmico, a tudo isso, unificando reprodução material e imaterial, além das lojas “oficiais” (um termo obsoleto). Nos mais diversos territórios se expandem lojinhas, bancas e banquinhas, carrinhos, simples tapetes, ambulantes e assim por diante: uma infinita e uma microfísica incontrolável de venda cujos custos de reprodução são aproximadamente zero e os preços de venda sem possibilidade de concorrência com produtos similares de outras partes do mundo, ou seja, a China interpreta melhor aquilo que a fase atual *glocalizada* oferece graças ao modo tempo-espacial acelerado pela tecnologia digital. O clássico conflito entre as forças produtivas e as relações de produção é antigo, não são mais importantes.

O atual conflito é entre as forças produtivas e ideacionais tecnológicas reprodutivas. O motor central é sempre a concepção inovadora, só que essa aura dura só um nanosegundo, porque sua exposição é oferecida aos olhos de todos os replicantes. A aura é reprodutível. O melhor exemplo é o desfile de moda: organiza-se um evento para apresentar os modelos



com roupas novas, uma vez que o estilista deve mostrar a coleção de temporada e o desfile não pode não ser global, porque global é o produto e a marca. No mesmo momento em que põe em movimento um mecanismo impossível de ser interrompido, porque é o mesmo evento que o aciona: o *copy-left* do canibalismo-tecno. Um software recém desenvolvido não tem um destino muito diferente: as defesas para protegê-lo são constantemente atacadas pelas mesmas “lógicas” que o reproduziram. Esta difusão irresistível do *fake* não acontece apenas na reprodução de bens e cultura, mas também na mais sutil e *vintage* esfera do consumo, ainda mais claramente neste plano, o *Fake* deixa de ser o oposto de real ou autêntico: é a onda que acelera a mudança de estilos de vida e que propaga uma simples verdade sobre o estado das coisas. *Fake* é o verdadeiro-falso, uma mistura enorme que dissolve as distinções de dualidade inerente do clássico baseado na certeza da verdade. A arte nunca é realista e nem reproduz a realidade. A arte expressa dissonâncias de cada artista. A expansão do *fake* no consumo e na comunicação urbana exige um processo semelhante ao de reprodução, em que cada pessoa se torna *performer*, que o conceito em seu “ativismo” é mais preciso que *prosumer*. Esta ambiguidade verdadeiro-falsa se expande a vários domínios da vida urbana, como o que conheci em minha viagem. Essas experiências do tema-parque (*theme-park*) estão se tornando, não apenas ligadas a lugares específicos e locais de lazer (*loisir*), onde se paga um bilhete para entrar, são colocados em áreas que fazem parte da vida cotidiana, quando se sai e se entra sem um limite formal ou simbólico, um *limen* avisa o fim de uma fase conhecida e o início de outra ainda desconhecida – o entretenimento. Assim, os “piratas” da metrópole inesgotável de mais de trinta milhões de habitantes em Chongqing, não são os primeiros e ainda menos os últimos:

*Qual é a diferencia entre Armani e Zaha Hadid fake?*

*Fake-in-China* está entre o *made* e o *design*, entre a fabricação de produtos alheios e a criação de um desenho próprio. Aquelas que ainda chamamos fábricas em parte tornaram-se qualquer outra coisa, assim como as empresas de fabricação avançadas tendem a fazer coincidir o alvo com uma única pessoa, simetricamente se afirma o modelo do *one-man-show* na produção, isto é, a atividade com base no desempenho individual têm se expandido do espetáculo à reprodução dos produtos, até a sua revenda. O *one-man-show* é o segredo de vitória da China, o país mais individualista que existe na terra, e na qual o excesso de iniciativa reprodutiva tenta incentivar e, juntos, num quadro de visão de mundo determinada pelo destino, onde a tradição filosófica confucionista é adicionada e misturada à ideologia de Estado. Mas, para quê? Em certo sentido, o *fake* pratica uma obra de arte estendida aos produtos materiais e imateriais, ao consumo performático, à comunicação digital. E assim, o *Fake* está se tornando algo mais e alterado,



uma visão de mundo com uma sua filosofia e tantas práticas estéticas.

## TÉCNICA

A técnica sempre foi parte constitutiva de cada cultura em cada contexto histórico diferente. Nesse sentido, a multiplicação de imagens e do sujeito que as realiza (sujeito pós-orgânico) é exatamente a visão de uma democracia menos ocidental e antropocêntrica e mais descentrada. Espero sempre que um genial inventor como Tim Berners-Lee, aquele do web o do seu uso sem controle estadual, consiga imaginar a auto-geração de imagens no corpo da cada facticidade. Imagens auto-geradas são parte de um futuro mais vivível e com menos Berlusconi ou S. Santos, isto é, os donos de uma TV generalista e vertical que reproduz o pior do ser humano.

Através da difusão de imagens na nossa cultura, precisamos criticar mais radicalmente o preconceito de Platão e de muitas religiões ou filosofia atuais contra as imagens: o medo da imagem e da sua imaterialidade. Por isso, seria filosoficamente melhor imaginar as imagens nos sentidos material/imaterial, além do dualismo clássico que reproduz este preconceito. Num filme “banal” (ou b-movie), Crocodile Dundee, lembro sempre uma sequência formidável: na mata australiana, uma jovem antropóloga queria fotografar o nativo (“aborígene”); aponta a câmera e ele:

- “Não, não!” – e ela que estudou os clássicos, reflete em alta voz:

- “Ah, claro, desculpe, você acha q a imagem rouba a sua alma.”

E ele responde assim:

- “Não é isso, você tem o obturador no olho da câmera”.

Muitos filósofos, e ainda mais antropólogos, acham ainda que a imagem captura a alma ou o coração de uma pessoa. Um pensamento mágico no sentido mais atrasado permanece vivo. Por isso, eu espero poder selecionar as imagens no sentido de boas, interessantes, experimentais, feias, maravilhosas, preconceituosas, etc. A imagens que eu gosto são aquelas que ainda não vi. E que me colocam numa dimensão de estupor que abre a porosidade do meu corpo. Por isso, no meu livro “Fetichismos visuais” (CANEVACCI, 2008), considero a perspectiva da imagem numa perspectiva diagonal que libera a inclinação mais perturbadora. Aprender a se inclinar e diagonalizar significa que nada é instintivo ou natural no processo de perceber o que está acontecendo aqui e agora. Tentei apresentar a inclinação meta-fetichista como possibilidade de ir além da identificação fetichismo/reificação/perversidade. Um corpo erótico exprime a tendência a liberar o fetichismo também da tradição cristã que o identifica com a condição animista, mágica, supersticiosa, etc.



Aprender a favorecer a criação de imagens multi-sensoriais, que excitam a pupila a sair da si mesma e rolar entre a tela do seminário e os olhos dos participantes e – se via *stream* – também entre os olhares de um público observador ativo e co-criador.

Em termos metodológicos - alternativos às análises acadêmicas que se debruçam sobre os estudos das imagens - o conceito-chave é auto-representação. Isso influencia e mistura valores declarados, em sentido progressivo, métodos etnográficos descentrados, teorias críticas experimentais. Nesta visão, o etnógrafo ou comunicador em geral estão legitimados para interpretar o outro – através da comunicação visual ou de composições performáticas – apenas quando estão disponíveis para se deixar interpretar pelo outro. Esta dialógica e este desafio apresentam uma epistemologia transitiva da representação. Assim, o método etnográfico indisciplinado, a teoria crítica experimental, a auto-representação polifônica, sujeitos transitivos configuram a pesquisa em forma de constelação móvel. Emerge uma etnografia ubíqua baseada sobre tensões sincréticas e polifônicas de verificar empiricamente identidades flutuantes, fetichismos visuais, culturas digitais.

A metrópole muda e o trítico comunicação-cultura-consumo é sempre mais determinante na experiência cotidiana, em particular nas culturas juvenis e se insere nos fluxos contemporâneos da auto-representação, praticados nos interstícios trans-urbanos e nos social network digitais. Neste contexto, uma deslocante cidadania transitiva – participante na metrópole comunicacional em conexão com identidades flutuantes – apresenta uma crítica política horizontal sobre a divisão comunicacional do trabalho: uma crítica pragmática além do poder vertical de “quem-representa-quem”. Este movimento transitivo se manifesta em direção a narrativas espontâneas descentradas, performances urbanas, fluxos digitais, exata mistura de arte, publicidade, design, arquitetura, cinema, música, moda, esporte. Por isso, entre “quem representa” e “quem é representado” há um nó linguístico específico, relativo ao que chamo divisão comunicacional do trabalho, que precisa ser enfrentado nos métodos e nas pragmáticas. Entre quem tem o poder de enquadrar o outro e quem deveria continuar a ser enquadrado – para ser um eterno panorama humano – ossificou-se uma hierarquia da visão que é parte de uma lógica dominante a ser posta em crise na sua presumida objetividade. As novas subjetividades que estão se afirmando como “outras” têm a vantagem de poder usar as tecnologias digitais que favorecem esta descentralização com um efeito de ruptura não comparável ao analógico. Facilidade de uso, redução dos preços, aceleração das linguagens, descentralização de ideação, edição, consumo. A divisão comunicacional do trabalho entre quem narra e quem é narrado – entre auto e hetero-representação – penetra na



contradição emergente entre produção das tecnologias digitais e uso destas mesmas tecnologias por sujeitos ubíquos com autônomas visões do mundo.

Sincretismos culturais, pluralidades de sujeitos, polifonias de linguagens: esta é a premissa valorativa e metodológica das representações transitivas que apoia criatividades indisciplinadas.

## **FRONTEIRAS**

Não existem mais fronteiras bem definidas para pensar distintamente os fenômenos comunicacionais: a contemporaneidade é marcada pela indistinção das áreas de conhecimento. As fronteiras são os espaços mais significativos da pesquisa atual. Sejam as fronteiras clássicas, estaduais, que são cruzadas sempre mais pela subjetividade migrante que não consegue ficar parada no seu território nativo, nas suas raízes obscuras e inflexíveis, e por isso desafiam as regras e clandestinamente cruzam a linha, como também as fronteiras digitais ou epistemológicas, aquelas que desejam favorecer a indisciplinada como desafio a uma universidade compartimentalizada, que não pode continuar a sobreviver entre faculdades, departamentos, currículos delimitados e encerrados como prisão. Os centros de pesquisas são cada vez mais culturas, individualidades, identidades, que decidem movimentar o seu próprio estatuto, cruzar e mesclar – sincretizar – as fronteiras culturais e, mais ainda, políticas. Olhar a linha da fronteira significa indisciplinar e inclinar as áreas e os modelos de conhecimento. E tentar descobrir, e às vezes, praticar o que ainda não está imobilizado pelo conceito. No corpo-pupila do olho se manifesta este desejo pela diáspora: e no processo migrante a ótica compõe o seu máximo desejo de aprender a olhar o desconhecido, aclamando o estupor como método.

## **D.A.R.**

O cenário que está surgindo, cruzando cibernética e digital, oferece perspectivas inéditas diversas. Uma geração de artistas, designers, performers, arquitetos, sound-designers (cujos perímetros disciplinares são desafiados e atravessados) começa a moldar obras antes da produção-consumo dos mass media generalistas e, talvez, hegemônicos. Então, em vez de oposição dialética e classista entre aura e reprodutibilidade, as articulações digitais misturam essas duas perspectivas que – de dicotômicas – tornam-se sincréticas, polifônicas, “diaspóricas”. Surge uma comunicação “aurática” reproduzível que o digital dissolve para além do dualismo das tecnologias (e filosofias) analógicas. Todo traço inserido na web – seja ele musical, literário, artístico ou dentro de uma rede social – pode permanecer na sua força expressiva “aurática” e/ou estar



disponível a infinitas “reprodutibilidades” descentradas. Em vez de arte coletiva, são artistas conectivos que se afirmam. Daí a crise do copyright, que está se tornando elemento político-econômico, cultural-comunicacional, jurídico-tecnológico caracterizante do conflito contemporâneo estendido aos princípios clássicos da cidadania. Os mecanismos autocorretivos da cibernética transitam no digital e na web-comunicação, auto-regulam os circuitos de transmissão das informações, levam para cenários de uma reprodutibilidade “aurática” digital, para além da dialética, das dinâmicas de classe, da lógica binária: D.A.R. Os processos liberacionistas não podem permanecer encerrados dentro de modelos de software que, enquadrando os sujeitos interconectados, reafirmam economias e valores tradicionais (CANEVACCI, 2012a).

Nesse sentido, os itinerários da indústria cultural – discutidos com paixão antecipada por Benjamin e Adorno – e, depois, pela comunicação digital, favoreceram uma tendência insuspeita: a cultura digital cruza a dimensão “aurática” e a reprodutibilidade técnica. Em vez de um dualismo oposicionista entre aura burguesa e reprodutibilidade operária (entre reificação e igualação), o digital sincretiza reprodutibilidade e aura. Essa aura reproduzível – que é uma aporia para o pensamento dialético – expressa manifestações liberacionistas para uma comunicação digital da qual as composições etnograficamente dramáticas são os resultados principais. De fato, esse mix decomposto e descentrável de tecnologias e subjetividades torna qualquer produto visual tanto consumível virtualmente em todo lugar quanto potencialmente modificável.

A comunicação digital é, ao mesmo tempo, irreproduzível e reproduzível.

Esse trânsito dissolve os laços com as classes sociais que Benjamin ainda identificava com certeza: burguês-aristocrática no primeiro caso; operária-proletária no segundo. Aquela força estética que se coagulava no conceito de aura – a desfrutabilidade da obra de arte em um tempo e em determinado contexto (o *hic et nunc*) – agora se enxerta entre as inovações digitais praticáveis na experiência de todo *teenager* glocal. O digital é “auraticamente” reproduzível. Esse potencial mix inovador – aurático-reproduzível – é um indicador decisivo para entender o que está mudando nas artes contemporâneas. É um salto paradigmático claro e expressivo com relação ao passado. De fato, a relação sociológica entre consumo e mídias analógicas dividia dicotomicamente os sujeitos sociais entre quem produzia e quem consumia: no primeiro caso, o trabalhador portador de política ou o artista isentado do trabalho; no segundo, o consumidor submetido a uma passividade induzida pelo nivelamento homologante, pela indiferença dos significados.

Segue-se disso uma crescente alteração que vai dos mass media clássicos aos pós-media contemporâneos, elevando o



canto fúnebre para o primeiro: os mass-media estão morrendo porque o referente não é mais o conceito sociológico de massa, mas sim o conceito comunicacional de multívíduo. A comunicação digital pós-média favorece o surgimento de uma subjetividade que não tem mais uma identidade estável, fixa, compacta, baseada em um único trabalho, em um único território, em uma família eterna; mas sim identidades fluidas e mutantes feitas de “eus”.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. HORKHEIMER, M. **Dialettica dell'illuminismo**. Turim: Eunadi, 1966.

BENJAMIN, W. **L'oeuvre d'arte à l'époque de as reproductivité technique**. Última versão 1939. Paris : Gallimard, 2000.

CANEVACCI, M. Digital Auratic Reproducibility: Ubiquitous Ethnographies and Communicational Metropolis. In: Loshini Naidoo (Ed.) **An Ethnography of Global Landscapes and Corridors**. Rijeka: InTech Publisher, 2012a.

\_\_\_\_\_. **A linha de pó. A cultura bororo entre tradição, mutação e auto-representação**. São Paulo: Annablume, 2012b.

\_\_\_\_\_. **Fetichismos Visuais, corpos eróticos e metrópole comunicacional**. São Paulo: Ed. Atelier, 2008.

DARVAS, G. *On field theories based on Finsler space (Symmetries with Finsler metric)*, **The Journal of the Symmetrion**, v. 23, n, 2, Delf, 2012.

JODIDIO, P. **Hadid**. Koln: Taschen, 2012.

KRACAUR, S. **The mass ornament**. Trad. Thomas Y. Levin. Cambridge/ Lonon: Harvard, 1995 (1º ed. 1927).

MARX, K. **Il capitale**. Roma: Riuniti, 1967.