

Paisagens Midiáticas: Entre o Agenciamento Temporário e o Darwinismo Digital

Giselle Beiguelman

PUC-SP

...Naquele império, a Arte da Cartografia alcançou tal Perfeição que o mapa duma Província ocupava uma Cidade inteira, e o mapa do Império uma Província inteira. Com o tempo esses Mapas Desmedidos não bastaram e os Colégios de Cartógrafos levantaram um Mapa do Império, que tinha o Tamanho do Império e coincidia com ele ponto por ponto. Menos Dedicadas ao Estudo da Cartografia, as Gerações Seguintes decidiram que esse dilatado Mapa era Inútil e não sem Impiedades entregaram-no às Inclemências do Sol e dos Invernos. Nos Desertos do Oeste perduram despedaçadas Ruínas do Mapa habitadas por Animais e Mendigos; em todo o País não há outra relíquia das Disciplinas Geográficas.

(Suaréz Miranda: *Viajes de Varones Prudentes*, Livro Quarto, Capítulo XIV, Lérida, 1658.)

Jorge Luis Borges. "Do Rigor na Ciência". In: *História Universal da Infâmia*. Tradução de Flávio José Cardoso. Rio de Janeiro: Globo, 1988.

A arquitetura como construir portas,
de abrir; ou como construir o aberto;

João Cabral de Melo Neto. "Fábula de um Arquiteto" In: *A Educação pela Pedra*. Rio de Janeiro, Editora do Autor, 1966.

A popularidade de sofisticados ambientes tridimensionais concebidos para a Internet, como o Second Life e o Google 3D Warehouse¹, pode ser compreendida em um quadro mais amplo de uma nova percepção do espaço.

Ela se evidencia na transformação de sistemas computadorizados de mapeamento e localização em elementos não mais restritos a laboratórios científicos e cenários ficcionais, mas em dados do cotidiano.

¹ Second Life é uma plataforma multiusuários on-line 3D inaugurada em 2003 pela empresa Linden Labs que permite aos seus "residentes" criar e desenvolver mundos virtuais habitáveis. O Google 3D Warehouse é um diretório de modelos 3D de edifícios diversos, integrado ao Google Earth – o visualizador 3D de mapas do Google. Os modelos são criados com o programa Google SketchUp. Mais informações em: <http://www.secondlife.com/> e <http://sketchup.google.com/3dwarehouse/>

Gigantescas bases de dados de mapas on-line, celulares com GPS² e recursos de georeferenciamento em redes sociais³ são alguns bons exemplos desse processo, que é maximizado pela web 2.0.

Esse “2.0” não remete à emergência de um novo protocolo de internet, mas a novos padrões de organização dos dados que nos permitem utilizar a web de forma mais personalizada, ágil e coletiva, como acontece na Wikipedia e no próprio Google 3D Warehouse e no Second Life.

Trata-se, tecnicamente, de uma nova arquitetura de linkagem que viabiliza um outro uso da Internet. Ao invés de ser apenas um gigantesco arquivo de páginas, ou seja de conteúdo disponível para consumo, a Internet passa a funcionar como plataforma para desenvolvimento de aplicativos e conteúdos.

Nessa perspectiva, as ferramentas gratuitas de modelagem e navegação em espaços tridimensionais disponibilizadas pela Web 2.0, poderiam nos colocar frente a uma condição inédita para repensar a noção de patrimônio histórico e arquitetônico, haja vista que operariam como verdadeiros “softwares sociais”, capazes de permitir um exercício de inteligência coletiva e cidadania planetária sem precedentes.

Afinal, ter instrumentos de qualidade e gratuitos para modelagem, publicação e edição de mapas interativos, possibilitam pensar em um agenciamento de memórias pessoais compartilhadas, que pluralizariam as referências de suas cidades, em detrimento das vontades das memórias oficiais.

Contudo, quando se acessa os mundos urbanos 3D do Google Warehouse e os do Second Life o que se verifica é que a tridimensionalização dos espaços urbanos e arquitetônicas na Web 2.0 envolve duas vertentes nada próximas. Por um lado,

² **GPS** (*Global Positioning System*) é um sistema de posicionamento por satélite que determina a posição de um receptor na Terra ou em órbita. Para outras mais informações, acesse

<http://pt.wikipedia.org/w/index.php?>

[title=Sistema_de_Posicionamento_Global&oldid=12633766](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Sistema_de_Posicionamento_Global&oldid=12633766). Acesso em: 22 Out 2008

³ Fotos georeferenciadas são fotos com informações sobre localização, amplamente utilizadas em redes sociais como o Flickr. Para visualizar o funcionamento, acesse: <http://www.flickr.com/map/>

esses ambientes abertos têm servido, acima de tudo, a fomentar novos formatos publicitários. Por outros, acenam com uma possibilidade de descentralização do conhecimento, mas que se funda na atomização dos contextos de leitura.

Além disso, a navegação nesses espaços dá a impressão que essas plataformas se destinam à construção de mundos em miniaturas, cuja força mobilizatória pode ser compreendida no quadro das tensões entre espaços públicos e privados na contemporaneidade.

Parafraseando Benjamin (1989: 43), poderíamos dizer que os espaços tridimensionais on- line, em suas simulações de cidades e de quase uma “segunda vida”, como é o caso do Second Life, expressariam a busca de uma compensação para o desaparecimento do espaço público, especialmente nas grandes cidades, que migraria agora para o seguro ambiente de telas planas e brilhantes que lhes dão a ilusão de que estão conectados a algo e alguém.⁴

Nessas telas, as imagens são de espaços sem conflito, desabitados e silenciosos em que as cidades aparecem ora como terrenos vagos, ora como palimpsestos de anúncios e cenas minúsculas do cotidiano, publicadas de acordo com critérios absolutamente pessoais.

O resultado é uma hierarquia confusa entre intimidade e jogos de poder. Até mesmo porque todos os vestígios de inserções pessoais aparecem sempre embrulhados por marcas como YouTube, Panoramio e serviços meteorológicos de parceiros.

Essa polaridade entre vazio e saturação obedece a uma previsível lógica de consumo. Áreas como a favela Heliópolis aparecem no Google Earth quase sem rastros de memórias pessoais. Já áreas como o Masp, na avenida Paulista, são abarrotadas de inserções feitas por internautas, sempre subordinadas, vale lembrar,

⁴ Em “Paris no Segundo Império” (1989:43), Benjamin escreveu: “Desde Luís Felipe, a burguesia se empenha em buscar uma compensação pelo desaparecimento de vestígios da vida privada na cidade grande. Busca-a entre quatro paredes. É como se fosse questão de honra não deixar se perder nos séculos, se não o rastro dos seus dias na Terra, ao menos o dos seus artigos e acessórios. Sem descanso, tira o molde de uma multidão de objetos; procura capas e estojos para chinelos e relógios de bolso, para termômetros e porta-ovos, para talheres e guarda-chuvas. Dá preferência a coberturas de veludo e de pelúcia, que guardam a impressão de todo contato.”

aos logotipos das empresas que hospedam os conteúdos linkados.

O resultado da imagem tranqüila de Heliópolis em relação ao turbilhão de referências que se sobrepõem em torno do Masp, na avenida Paulista, pacifica visualmente “o campo de batalha” em que a cidade se transformou nas últimas décadas, onde, conforme apontou 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, espraiam-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 cidade de São Paulo não cabe no Google Earth. Mas ali há bastante espaço para um cenário publicitário que responde à imaterialidade da nova economia. Nesse contexto, os formatos tradicionais da comunicação publicitária, destinados a audiências de massa, cedem 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.” (REIS, 2007).

“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.” (Idem, *Ibidem*).

Nesse processo, não só se tornam distorcidas as relações de propriedade, pela confusão entre domínios gratuitos com domínios públicos, como o impulso à descentralização da organização do conhecimento é diluído em

plataformas que atomizam a informação, selecionada de acordo com critérios essencialmente individuais.

Essa metodologia redonda em opacidade de visão do contexto e também em buscas menos arriscadas, haja vista que a tendência é operar a partir dos filtros de uma rede organizada a partir de “tags” (indexações a partir de palavras-chave) comuns.

E é justamente nessa relação com o sistema de “tags” que reside a ambivalência das plataformas 3D da Web 2.0. Ela pode indicar a consolidação uma espécie de “darwinismo digital”, em que vence sempre o mais forte (o mais acessado), ou a possibilidade uma gestão do conhecimento regulada por formas inéditas de agenciamentos temporários.

Referências

BEIGUELMAN, G. (2006). “Companheirnomias”. *Trópico*, 02/09/2006. Disponível em: <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2779,1.shl>. Acesso em 27/10/2008

BENJAMIN, W. (1989). *Charles Baudelaire; Um Lírico no Auge do Capitalismo*. Obras Escolhidas, Vol. III. Trad. José Carlos Martins Barbosa e Hemerson Alves Baptista. São Paulo, Brasiliense.

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 27/10/2008

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 27/10/2008