

“Ciber-cultura-remix”: a experiência do Carrinho Multimídia na cibercidade de Salvador – Bahia¹

Tiago NERY²
Universidade Federal da Bahia, BA

Resumo

Este artigo apresenta a cidade a partir do referencial teórico da cibercultura – a cibercidade –, e de que forma esse espaço urbano contemporâneo é capaz de se reinventar com práticas comunicacionais abertas, coletivas, inacabadas, planetárias e sempre em conexão com o outro. Para ilustrar esse novo paradigma, descreve as intervenções, e ressignificações, que a artista performática e multimídia Ana Dumas³ promove na cibercidade de Salvador (BA), metrópole híbrida desde o século XVI, com o Carrinho Multimídia, artefato ligado à vida urbana, cujos dispositivos móveis eletrônicos são capazes de *hackear*⁴ estruturas formais de produção, circulação e consumo da informação, além de mediar conflitos sociais. Atento, assim, às circulações de dinâmicas urbanas contemporâneas e às propostas de subversão do pensamento individual, que transferem o “eu em cena” para o “nós em cena”.

Palavras-chave: Cibercultura; Comunicação e culturas urbanas; Metrôpoles e hibridismo cultural.

Introdução

“A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais. Vivemos já a cibercultura. Ela não é o futuro que vai chegar, mas o nosso presente” (Lemos, 2003a, p.12). Diversas demandas sociais já são mediadas por processos digitais no ser e estar das cidades: transações bancárias, trânsito, voto eletrônico, imposto de renda, etc. são alguns exemplos. As tecnologias da informação e da comunicação impulsionam ainda mais essa nova dinâmica em sociedade, que dá vozes a atores sociais historicamente silenciados, conecta tudo em rede e exige adaptações ao novo sistema operacional.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista e aluno especial do mestrado EBA/Facom UFBA, email: tiagoribeironery@gmail.com.

³ Ana Dumas é formada em Filosofia (UFBA, 2006) e produtora multimídia. Se define como *Ideas Jockey* (profissional que remixa ideias), conceito criado pelo alagoano Ronaldo Bispo, professor de filosofia e também *IJ* Abutre. Com o Carrinho Multimídia, esteve em mostras, exposições e eventos artísticos como a II Trienal de Luanda (Angola, 2010), do SP Stampa (São Paulo, 2011), do Manifesto #gentediferenciada (São Paulo, 2012) e da 16ª Bienal de Artes de Cerveira (Portugal, 2011). Disponível em: <www.carrinhomultimidia.com.br>. Acesso em: 2 jul. 2015

⁴ O termo *hackear* não se restringe à práticas criminosas de indivíduos que se conectam a sistemas operacionais complexos ou máquinas individuais. *Hackear*, aqui, é visto como o indivíduo ou grupo social que “burla” as estruturas vigentes de produção e/ou circulação de conhecimento para trazer à tona o livre acesso e circulação de bens simbólicos.

André Lemos (2005a) sugere conceituar o estágio atual da cibercultura, marcado por recombinações de várias ações, de “ciber-cultura-remix”. Esse autor defende, ainda, que a liberação da emissão é um acontecimento inédito na história mundial e a ambiência digital é o palco desse espetáculo, que transforma cidadãos comuns em “cidadãos digitais”. O ambiente urbano é a cibercidade, “um espaço híbrido definido pela mistura, ou o desaparecimento das bordas, entre espaços físicos e digitais” (Silva, 2004, p.282). A cidade digital possui diversos instrumentos capazes de gerar dados, que interpretados pela sociedade civil e governamental, conscientes do fenômeno e das potencialidades dele, podem torná-la cada vez mais “inteligente”, participativa, cidadã e justa.

Este artigo conceitua a cibercultura ao descrever quais são os novos paradigmas importantes para compreender o fenômeno; e a cibercidade com a “instauração de uma dinâmica que faz com que o espaço e as práticas sociais sejam reconfiguradas com a emergência das novas tecnologias de comunicações e das redes telemáticas” (Lemos, 2010a, p.156). Por fim, contextualiza as teorias a partir do Carrinho Multimídia, artefato material e simbólico da cibercultura no século XXI, que convoca a sociedade às mudanças na cidade “física”, a partir da música, da carnavalização e da inteligência coletiva, em Salvador da Bahia, cidade marcada por hibridismos culturais e mestiça desde o século XVI.

Ciber-cultura-remix

A cibercultura é marcada por remixagens ou, segundo Lemos (2005b, p.1), pelo “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação a partir das tecnologias digitais”. O autor categoriza em três os pilares estruturais da cibercultura: o primeiro se refere à capacidade do usuário comum produzir e divulgar conteúdos, deixando de ser consumidor passivo para se tornar produtor ativo, ao que se chama liberação da emissão. As expressões que se calaram em detrimento ao monopólio dos *mass media* agora têm voz ativa e circulação livre na rede a partir de formas simples ou complexos, a depender dos recursos do emissor.

O segundo é “tudo estar em rede”, a partir do momento em que o computador pessoal se conecta, através do acesso à internet, e abandona o plano pessoal para o coletivo. Essa etapa da cibercultura é fortemente impulsionada nos anos 2000, sobretudo no final da primeira década, a partir da disseminação de dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets* que deram dimensão irreversível à ubiquidade da conexão: de qualquer lugar do

mundo, qualquer indivíduo pode, teórica e tecnicamente, ter acesso aos mais variados tipos de informações e recombiná-las, usando-as como bem entender.

O terceiro pilar é a “lei da reconfiguração”. Um fato importante à medida em que compreendemos que há adaptações e ajustes nos modelos de produção midiática, mas que um não anula o outro. Não há maniqueísmos porque a internet não anula a televisão, que não anulou o rádio, que não anulou o jornal, que não anulou a oralidade. São as associações que se dão ao longo das trajetórias que redefinirão os formatos midiáticos e sociais, portanto. Dessa forma, “(...) trata-se de reconfigurar práticas, modalidades mediáticas, espaços, sem a substituição de seus respectivos antecedentes” (Lemos, 2005c, p. 3).

A fronteira entre público e privado, borrada a partir desse tripé conceitual apresentado acima, atualmente, segue em conflito entre *copyright*⁵ e *creative commons*⁶. Mas sociedades e povos primitivos, até mesmo medievais, não tinham noções de autoria tampouco de propriedade do saber. As produções intelectuais eram baseadas na oralidade; depois, na escrita. Até que, finalmente, “a modernidade industrial vai trazer essa ideia romântica de um autor iluminado e dono de sua criação” (Lemos, 2005d, p.1-2). Mas esse sistema também entraria em falência, depois, com o *remix* comandando o século XXI.

Quando os autores passaram a buscar formas de criação recombinantes, não havia tanta lógica em manter essa estrutura baseada na “autoria” e no “direito autoral” em um contexto marcado pela fusão de ideias e autores, de criação inacabada, recombinante, e dimensões para o saber com fronteiras planetárias. Essa nova práxis anula conceitos estagnados de audiência, recepção, produto e gravação. Lemos cita Gibson, escritor de ficção científica, sobre a cultura do remix para endossar a falência dessas práticas:

Our culture no longer bothers to use words like appropriation or borrowing to describe those very activities. Today's audience isn't listening at all - it's participating. Indeed, audience is as antique a term as record, the one archaically passive, the other archaically physical. The record, not the remix, is the anomaly today. The remix is the very nature of the digital. Today, an endless, recombinant, and fundamentally social process generates countless hours of creative product (another antique term?). To say that is poses a threat to the record industry is simply comic. The record industry, though it may not know it yet, has gone the way of the record.

⁵ *Copyright* é comumente conhecido como direito autoral, direitos autorais ou direitos de autor. São os direitos dos autores sobre suas obras intelectuais: literárias, musicais, artísticas, científicas etc. São cedidos para uma editora ou representante legal da obra, que poderão explorar os direitos do material durante um tempo mediante o pagamento de *royalties*.

⁶ Diametralmente oposto ao *Copyright*, o *Creative Commons* é uma organização não governamental sem fins lucrativos, cujo objetivo é ampliar o número de obras criativas disponíveis. Para tanto, se faz valer de suas licenças que, ao contrário do *copyright*, permitem a cópia, a recombinação e compartilhamento. Essa organização surgiu e está localizada em Mountain View, na Califórnia.

Instead, the recombinant (the bootleg, the remix, the mash-up) has become the characteristic pivot at the turn of our two centuries. (Gibson *apud* Lemos, 2005e, p.3)⁷

“O surgimento da cibercultura não é só fruto de um projeto técnico, mas de uma relação estreita com a sociedade e a cultura contemporânea” (Lemos, 2002a, p.26). As redefinições precisam ser expostas incluindo, portanto, a simetria entre tecnologia e corpo social. Pois é preciso a compreensão fenomenológica e epistemológica do fenômeno técnico e das associações entre os agentes humanos e não-humanos – como veremos adiante com a Internet das Coisas – juntamente às mudanças sociais e comportamentais.

Estamos assim obrigados a mudar nosso olhar e buscar novas ferramentas para compreender o fenômeno técnico-científico contemporâneo. Este, para usar a expressão de Bertrand Gille, insere-se em um novo paradigma sociocultural: a queda das grandes ideologias e dos meta-discursos iluministas, o fracasso dos sistemas políticos, a desconfiança em relação aos benefícios do progresso tecnológico e científico, a indiferença social e irônica da geração X e Y, o novo tribalismo que revelaria o fracasso do projeto individualista moderno, a descrença no futuro, as novas formas de comunicação gregárias no ciberespaço (...) (Lemos, 2002b, p.25).

Essas mudanças se refletem na paisagem comunicacional. Antes, os meios de comunicação de massa tradicionais eram os únicos que filtravam, editavam e divulgavam informações, formando opinião pública e pautando a sociedade; nesse novo cenário emerge um sistema “pós-massivo”, com indivíduos produzindo e divulgando informação sobre qualquer conteúdo a partir da liberação da emissão. Como registro, denúncia ou testemunho jornalístico, esse novo paradigma reforça o vínculo social, pois ele só faz sentido em conexão, em associação, o que gera impacto não só nas formas de produzir, circular e consumir informações; mas no corpo social, nos indivíduos e nas cidades (Lemos, 2010b).

Cibercidade

Hoje, nos grandes centros urbanos, todas as relações sociais são mediadas por processos eletrônicos digitais, alterando as ações nesses espaços, que passam a se chamar

⁷ Tradução nossa: “A nossa cultura não se preocupa em usar palavras como apropriação ou empréstimo para descrever essas mesmas atividades. Hoje em dia, a audiência não está escutando, e sim participando. Na verdade, audiência é um termo tão antigo quanto um disco de gravação musical, um é antigo passivamente e o outro é antigo fisicamente. A gravação, e não o *remix*, é a anomalia hoje em dia. O *remix* é a verdadeira natureza do digital. Hoje, um interminável, recombinante, e fundamental processo social gera inúmeras horas de produto criativo (outro termo antigo?). Dizer que isso representa uma ameaça para a indústria fonográfica é simplesmente cômico. A indústria fonográfica, embora possa não saber ainda, tem ido embora da mesma maneira que veio. Em vez disso, o recombinante (a cópia ilegal, o *remix*, o *mash-up*) tornou-se o pivô característico na virada dos dois últimos séculos”. Original disponível em: <http://www.wired.com/wired/archive/13.07/gibson_pr.html>. Acesso em: 8 jul. 2015.

Smart Cities, as Cidades Inteligentes, definidas como “um ambiente generalizado de conexão, envolvendo o usuário em plena mobilidade, interligando máquinas, pessoas e objetos urbanos” (Lemos, 2010c, p.156-157). E não é a rede, ou os dispositivos, os responsáveis extraordinários pelas alterações nessas urbes. Manoel Castells (2005, p.273 *apud* Fontes e Gomes, 2013a, p.66) diz que a internet transforma, mas “(...) não muda os comportamentos; ao contrário, os comportamentos apropriam-se da internet, amplificando-os e potencializando-se a partir do que são”, pois o poder está nas associações.

Desde quando o *homo habilis*, um dos ancestrais diretos do homem moderno, desenvolveu a capacidade de utilizar ferramentas ao seu favor, manufaturando matéria-prima rudimentar em objetos para aprimorar a experiência da vida, os artefatos passaram a constituir os sujeitos e as cidades. A cidade é, então, um híbrido de humanos, não-humanos, territórios, fronteiras, casas, prédios, carros, telecomunicações, poluição, tecnologia, natureza etc. Não existe cidade fora do que é humano, e não existe humano fora do que é objeto, porque não existe relação humana não-mediada. Esse é o princípio da simetria, ou ontologia plana (Lemos, 2013a), que confere mesmo grau de importância a sujeitos e objetos, reconhecendo esse espaço como uma rede combinada por outras redes.

A relação das cidades com redes técnicas e sociais não é um fato novo. Toda forma urbana configura-se a partir das mais diversas redes técnicas e sociais (água, auto-estradas, ferrovias, aeroportos, telégrafo, telefone, televisão, esgoto, correios, eletricidade). A cidade é e sempre foi um artefato. (...) A ideia de cidade como organismo composto por redes será importante para a compreensão sociológica da questão urbana (o espaço urbano) e da relação contemporânea entre as cidades atuais e as novas tecnologias de comunicação e informação (Lemos, 2001a)⁸.

E quando se é capaz de produzir e circular informações, independente da forma e suporte, potencialmente pode-se reconfigurar esses espaços urbanos, sobretudo a partir do combo que se dá entre “a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 1970” (Lemos, 2003b, p.12). Assim, as cidades podem se desenvolver melhor a partir de mais acesso às informações. A Sociedade da Informação, segundo Castells *et al.* (1996), carrega em si a capacidade de transformação a partir do saber.

O advento da mídia implica numa reformulação profunda do sentido de cidade e nos valores que levam ao deslocamento do desejo de cidades. Os

⁸ Disponível em: <http://www.saladeaulainterativa.pro.br/texto_0012.html>. Acesso em 10: jun. 2015.

meios de comunicação de massa permitem que se multipliquem as temporalidades das urbes (Duarte, 2006, p.109 *apud* Fontes e Gomes, 2013b, p.64)

A partir de então, qual o papel do cidadão diante desse fato? Discute-se a essência de quem usa as tecnologias, por estar, supostamente, se dissociando da vida em comunidade. Mas, quem está solitário na internet? O que existe é o contrário: a dificuldade de se isolar, porque é preciso estar na frente e ser o partícipe da ação. O *selfie* é um representante desse tempo, do “eu em cena”, apesar do ideal apontar para o “nós em cena”. Dessa forma, Lévy (2003) defende que para a cibercidade ser plena e funcional, a partir do modelo de inteligência coletiva, é preciso investir nos capitais social, intelectual, cultural e técnico. Esse modelo precisa ser expandido e compreendido de modo que o bom uso seja mais importante que a veloz implementação. Com o acesso à internet, você pode postar a foto de seu sapato, mas pode deliberar uma revolução que mude leis constitucionais, porque

[...] essa cidade contemporânea tem o ciberespaço enquanto nova rede técnica e as diversas formas de sociabilidade online formam uma nova rede social. A união e constante mudança dos elementos das redes técnicas e sociais são responsáveis pelas mudanças nas cidades. Esse novo modelo de cidade recebe diferentes nomenclaturas: cidades digitais, cibercidades, cidade-ciborge, que fazem referência à transformação das cidades contemporâneas a partir do avanço tecnológico, principalmente relacionado à informação e comunicação (Fontes e Gomes, 2013c, p.60)

Na cibercidade, os cidadãos comuns são potenciais “*citizen media*”, ou “cidadãos digitais”, capazes de definir, promover e divulgar acontecimentos sociais e urbanos em larga escala. Eventos como a Primavera Árabe (2010), manifestações públicas alertando o mundo sobre as repressões e censura na internet no Oriente; as passeatas do Movimento Passe Livre (2014), iniciadas em São Paulo contra o aumento de tarifas de transporte público, e replicadas em outras capitais do Brasil, ampliando o debate; e o Movimento Ocupe Estelita (2015), que exige a revisão do plano urbanístico do Cais José Estelita, no Recife antigo, são exemplos de decisões de cidadãos digitais que reaquecem o espaço urbano com resoluções e práticas coletivas alicerçadas no poder democrático.

A cibercidade produz muitos rastros, o que é natural, e desejável, com a liberação da emissão. Os dados produzidos ajudam a monitorar e controlar as ações registradas nos espaços, e isso não tem a ver com vigilância; não necessariamente, apesar de também; mas sobretudo com interpretação, pois todo rastro precisa de intervenção humana para que gere outras ações. Esses rastros podem ser gerados de diversas formas: cidadãos digitais que

inscrevem dados em redes como *Foursquare*⁹, compras online, algoritmos que cruzam dados a partir do perfil nos sites de redes sociais, tópicos do *Twitter*¹⁰ etc.

O rastro é assim um dispositivo, uma rede, um constructo sociotécnico, um actante¹¹. Ele não é apenas resultado da ação, mas resultado também de formas específicas de leituras dessas ações. Isso não retira do mundo a sua independência em relação à nossa percepção. Ele é uma rede que se constitui a partir de dispositivos de inscrição e leitura (técnico, cognitivo, social, cultural), produto de associações entre o actante que o produz na mediação, o dispositivo de visibilidade que o inscreve em algo, e o analista, outro mediador que lê que o (re)produz em seu discurso, ou em outras ações, que deixarão, por sua vez, outros rastros (Lemos, 2013b, p. 120)

Quando a Prefeitura Municipal de Salvador demoliu, em maio de 2015, casarões seculares tombados, após fortes chuvas, cidadãos exigiram explicações e a prefeitura alegou a demolição apenas de construções modernas escondidas atrás de fachadas sem valor individual ou em conjunto, que não justificavam sua preservação, além de muros com riscos de desmoronamento¹². Sites de redes sociais circularam imagens geradas a partir do *Google Street View*¹³ que mostravam os “rastros”: registros dos casarões do século XVIII, tombados pelo IPHAN. Esse fluxo abriu a caixa-preta¹⁴, que trouxe à tona controvérsias como o abandono do Centro Histórico, especulação imobiliária, gentrificação, além do uso das verbas do PAC Cidades Históricas de cerca de 142 milhões, e mobilizou a discussão nas ruas, com debates, vídeos, encontros e movimentos que geraram mais rastros etc.

O desenvolvimento desses processos conectados em rede potencializa e expande a conexão dos artefatos à internet, o que se chama Internet das Coisas, fenômeno onde objetos se conectam a outros objetos, exercendo ação sobre eles, uma potencialidade da

⁹ *Foursquare* é uma rede geossocial e de *microblogging* que permite àquele que a utiliza indicar onde está e gerar dados sobre esse lugar. Ver mapas de *check in* em *New York* e *Tokyo* gerados a partir dos dados obtidos: <<http://laughingsquid.com/mapping-a-year-of-foursquare-check-ins-in-new-york-city-tokyo/>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

¹⁰ Dados gerados pelo *Twitter* ao redor do mundo em: <<http://tweetping.net/>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

¹¹ Termo cunhado por Lucien Tesnière aplicado à semiótica para se referir ao participante de alguma ação. Pode ser humano, animal, material. Na Teoria ator-rede, sociologia da mobilidade, actante é o aquilo que “dispara o gatilho”, o que “faz fazer” algo, gerando movimentos, ações, fluxos, registros, rastros, mobilidade etc.

¹² Ver matéria sobre essa constroverisa em <http://www.vice.com/pt_br/read/por-que-pessoas-estao-ficando-desabrigadas-e-casares-estao-sendo-demolidos-no-centro-de-salvador>. Acesso em: 14 jul. 2015.

¹³ *Google Street View* é um recurso do *Google Maps* e do *Google Earth* com registros de vistas panorâmicas de 360° na horizontal e 290° na vertical. Através dele, os usuários podem visualizar registros de regiões das cidades mundo que foram fotografadas pelo recurso ao nível do chão /solo, promovendo uma experiência de “tour virtual”.

¹⁴ “É a estabilização (uma organização, um artefato, uma lei, um conceito) e a resolução de um problema. Após a resolução da controvérsia, tudo se estabiliza, passa para um fundo e desaparece, até o momento em que novos problemas apareçam e a rede se torne mais uma vez visível (Lemos, 2013c, p. 55)

cibercidade, que reconhece o poder dos artefatos nas associações. Em expansão, sobretudo nas urbes, é “a comunicação das coisas”¹⁵: pontos de ônibus conectados a celulares; semáforos que enviam informações sobre congestionamento, vias bloqueadas, ou acidentes no trânsito; luz que detecta redução no teor de CO₂ em uma sala e desliga-se sozinha; ou a geladeira que envia um e-mail informando sobre a falta de água. (Lemos, 2013d).

Trata-se de dotar os mais diversos objetos, físicos ou virtuais, de capacidades infocomunicacionais a partir das quais os mesmos podem sentir o ambiente, ter consciência do seu estado e de outros, trocar informações, delegar ações e mediar ações com outros objetos ou com humanos. O campo está em expansão e dados mostram que hoje já há mais objetos conectados à internet do que humanos (Lemos e Pastor, 2014a, p. 13)¹⁶

Os objetos conectados têm capacidade de recombinar modos e exercícios sociais nos centros urbanos a partir do automatismo em rede. Fica claro como a cibercultura e seus princípios, aliada às novas práticas comunicacionais, modificam práticas na cidade de concreto e aço, e não apenas no plano utópico do digital como algo intergaláctico e surreal. O apoio encontrado em ações como o *software* livre¹⁷, revela o desejo de se inserir nesses processos, fazendo parte e “reagregando o social”, como sugeriu Latour (2013).

Ele (o social) é o resultado sempre a ser renovado de associações entre humanos e não-humanos e não aquilo que estrutura as associações entre sujeitos. Não há separação entre sujeito e objeto, mas a hibridação na qual sujeitos são formados pela associação a objetos e vice versa (Lemos e Pastor, 2014b, p. 3)

A Internet das Coisas é uma das aplicabilidades práticas, na cidade física, da cibercultura. Ela reforça a importância e autonomia dos objetos, revelando associações de humanos com não-humanos, mas também de não-humanos com não-humanos, ou seja, de objetos que exercem ação sobre outros objetos, quando interpretam bases de dados, que por sua vez foram geradas a partir de inscrições produzidas com a liberação do polo. Esses objetos reconhecem os rastros e conecta essas informações à internet, que igualmente se constitui a partir de diversas outras redes, gerando novos rastros, novas ações etc. Em linhas

¹⁵ Nome dado ao livro de André Lemos, lançado em 2013, pela editora Annablume, sobre teoria ator-rede e cibercultura.

¹⁶ Ver gráfico demonstrativo da expansão dos usos da internet das coisas em: <<http://www.futuristspeaker.com/wp-content/uploads/Internet-of-Things-1.jpg>>. Acesso em: 8 de jul. 2015.

¹⁷ “*Software* livre é um a expressão utilizada para designar qualquer programa de computador que pode ser executado, copiado, modificado e redistribuído pelos usuários gratuitamente. Os usuários possuem livre acesso ao código-fonte do *software* e fazem alterações conforme as suas necessidades”. Fonte: <<http://www.significados.com.br/software-livre/>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

gerais, o social segue se (re)construindo a partir das associações, anulando, de certa forma, a existência de dois mundos paralelos. Afinal, o que é virtual?

As cibercidades são, a partir dessa premissa teórica, a revelação e reconhecimento de que a vida nesses espaços acontece a partir das associações entre diferentes agentes sociais (humanos e não-humanos) em uma urbes cujas decisões poderão ser melhores tomadas a partir da interpretação e cruzamentos dos dados gerados por dispositivos capazes de conectar informações e pares em busca de uma sinergia que desloque ideias e movimentos do espaço virtual para o físico. Medidas governamentais já estão sendo tomadas sobre esses acontecimentos, como a Lei de Acesso à Informação, com dados governamentais disponíveis online – ou em repartições públicas – para qualquer cidadão que os solicite, além do Marco Civil da Internet, leis para regular o uso da internet no Brasil, prevendo direitos, deveres, princípios e garantias aos usuários do ciberespaço.

O Carrinho Multimídia na cibercidade de Salvador

O Carrinho Multimídia é um projeto informativo, artístico, educativo e social que circula pelas ruas de Salvador e outras capitais brasileiras e internacionais. O artefato móvel surge da união do design popular espontâneo dos carrinhos de café, utilizados por vendedores ambulantes no Centro Histórico de Salvador, feitos de madeira e pintados com tinta colorida, com a alta tecnologia da mobilidade digital. Os dispositivos móveis eletrônicos e multimídias acoplados à estrutura exibem imagens, reproduzem vídeos e sons gravados ou emitidos a partir de um microfone, projetam em superfícies como visual mapping, além de se conectarem à internet via *wi-fi*, ampliando a experiência imediata das performances que misturam centro e periferia; intelectual e popular; digital e artesanal.

Ana Dumas se apresenta com o Carrinho Multimídia em espaços públicos (praças e ruas); ou fechados, (galerias e bienais de arte). Pode ir a eventos, também. A ideia é deliberar debates e discussões com divulgação de dados em performances interativas; aulas livres e ações educativas em parceria com os alunos; instalações ambulantes, marketing promocional etc. É um artefato interativo, um dos elementos das cidades informacionais, que são definidas por Souza e Jambeiro (2005, p.10 *apud* Fontes e Gomes, 2013d, p.70) como “formas de interação do espaço urbano com estas redes digitais de comunicação e informação”. Mas de que forma ele se relaciona à cibercultura? Quais elementos categorizam esse artefato como um híbrido representante dos fenômenos da ciber-cultura-*remix* e Internet das Coisas, na cibercidade?

Para Dumas (2011), o projeto é um “sistema operacional da mobilidade, que abre mão, se for preciso, da alta resolução em nome da livre circulação pela cidade”¹⁸. Ele é tensão – e mediação – entre *Creative Commons* e *Copyright*. A Gambiologia (gambiarra) é a responsável por transformar um carrinho de café em um mini trio elétrico informativo, musical e performático. Essa ciência combina materiais simples quando a improvisação que surge da escassez de matéria-prima se une à criatividade para recriar objetos, transformando a carência em potência, burlando formas clássicas de produção.

Fred Paulino¹⁹ (2014) conceitua gambiarra como “o uso intencional dessas soluções precárias em obras de arte e design, agregando de forma natural questões contemporâneas (...) questionando o próprio uso da tecnologia”. Há, portanto, uma ação *hacker*, de ressignificação do industrial, unindo o campus à praça, descentralizando a produção de conhecimento e rompendo as fronteiras de delimitação do saber, que são muitas vezes sacralizadas por acordos que marginalizam o popular ou por pactos comerciais que cerceiam a livre circulação dos bens sociais. Estamos, portanto, diante da liberação do polo.

Desde a estrutura física, o Carrinho já está de acordo com as práticas recombinantes da cibercultura. É a gambiarra material, do objeto; e imaterial, do pensamento. Metalinguagem da cibercultura quando abre mão do *copyright*, recirculando bens simbólicos diluídos para o corpo social, se apoiando na liberação do polo, dissolvendo e misturando tipos de produções orais, escritas, sonoras e audiovisuais, em performances interativas, que conectam tudo em rede, onde diversos modelos midiáticos coexistem e dão espaço à inteligência coletiva na cibercidade, certificando-a como “espaço de diversidade étnica, linguística, comportamental e ideológica, (...) guardiã do debate cultural em todas as épocas históricas e fonte inesgotável do imaginário coletivo” (Guerreiro, 2005, p.7).

A ciência da inteligência coletiva busca, assim, aproveitar o potencial agregador da rede para o exercício da cidadania. Neste sentido, os cidadãos poderiam colocar seus problemas de forma coletiva, incentivando o debate, a tomada de posição política, cultural e social. Não se trata aqui de uma utopia, mas de uma constatação do potencial do ciberespaço e de forçar os poderes públicos a instaurarem práticas neste novo espaço de fluxo (...). As cibercidades devem aproveitar este potencial para criar formas de relação direta entre um espaço e outro (Lemos, 2001b)²⁰.

¹⁸ Disponível em: <www.carrinhomultimidia.com.br>. Acesso em: 14 jun. 2015.

¹⁹ Artista visual e designer, formado em Ciência da Computação e pós-graduado em Arte Contemporânea na Escola Guignard (UEMG), participa do coletivo Gambiólogos 2.0 que expõe obras criadas a partir da gambiologia. Disponível em: <<http://www.oifuturo.org.br/noticias/os-multiplos-talentos-de-fred-paulino/>>. Acesso em 1 jun. 2015

²⁰ Disponível em: <http://www.saladeaulainterativa.pro.br/texto_0012.html>. Acesso em: 10 jun. 2015.

Para além da cibercultura, o Carrinho Multimídia é uma produção diaspórica de uma metrópole híbrida, algo coerente e revelador sobre o projeto. Explica-se: por ser uma das capitais do Mundo Atlântico²¹, Salvador tem expressões culturais muito particulares (samba-regue, *axé music*, carnaval etc.) que refletem as trocas que se estabeleceram através das diásporas que conectaram diversos portos a partir do Atlântico. A primeira, em rotas de escravidão; a segunda, em migrações voluntárias. Agora, a terceira diáspora é a internet (Guerreiro, 2009). Stuart Hall (2003 *apud* Guerreiro, 2009a, p. 5), historiador jamaicano, amplia o conceito ao afirmar que “esse processo de produção cultural é uma negociação. O caminho da diáspora é o jogo da semelhança e da diferença”.

Guerreiro (2009b, p.4) delimita que os elementos característicos de produções diaspóricas são a “ausência das ideias de origem, raízes e nação; desconstrução da dicotomia centro-periferia; hiperfragmentação de elementos; diversidade de estilos”. É explícita a hibridização desse projeto quando há o alargamento, e mescla, das fronteiras entre cultura popular, erudita e massiva; fato que se dá em muitas expressões culturais de Salvador, sobretudo as musicais, e já citadas (samba-regue, *axé music*, carnaval etc.). Essa capital ser cápsula territorial embrionária desse artefato-urbano-social é dado antropológico sobre esse objeto móvel ligado à vida dessa urbes, pois surge em uma cidade que

[...] desde a sua formação foi formada por dezenas de povos. E sempre foi um porto imenso, aberto, um dos maiores e mais ricos do Atlântico Sul até o século XVIII. Então, recebeu informação de gente do mundo inteiro. E isso foi reprocessado das mais variadas maneiras: há os Filhos de Gandhi, a Embaixada Mexicana, os Mercadores de Bagdá, o Olodum; enfim, tudo isso é uma maneira de revelar a quantidade de informações que a gente recebeu desde sempre”. (Guerreiro, 2008).²²

Expressão artística igualmente híbrida, a música é chamariz, gatilho e manutenção dos processos interacionais promovidos por esse projeto, pois toda performance coletiva mediada pelo Carrinho é impulsionada musicalmente. Qualquer um pode cantar, reproduzir suas mídias digitais ou sugerir um som. Soteropolitano, o samba-regue, por exemplo, é um dos principais produtos dessa recombinação, que emerge “tanto na tradição percussiva brasileira quanto nas referências internacionais que chegam através das mídias e dos contatos culturais que conectam o mundo atlântico” (Guerreiro, 2009c, p 5).

²¹ “Desenhado na costa leste da América do Norte, Caribe e América do Sul e na costa Oeste da África e da Europa, o mundo atlântico coloca em conexão povos, lugares e signos culturais que tem como elo a presença de populações negras” (GUERREIRO, 2009d, p.2).

²² Ver em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0uIo4onumU>>. Acesso em: 9 jul. 2015

Sem dúvida a música é o principal produto do intercâmbio cultural do mundo atlântico que também alimenta um dos mais vigorosos mercados globais. Devidamente mediatizada, a produção musical (bem como outros objetos culturais) desloca-se no circuito atlântico plena de significações que veiculam sensações de pertencimento e de diferenciação (Guerreiro, 2009e, p. 6).

Ao propor interface entre as diversas expressões híbridas, em uma metrópole igualmente mestiça, o Carrinho dá valor ao riso, à graça e ao inconsciente, autenticando-os para gerar novas experiências, sem distinção entre atores e plateia, dessacralizando os lugares sociais através da carnavalização. Em festividades populares marcadas por fortes tradições religiosas, como a consagração à Iemanjá, orixá africano ligada às águas doces e salgadas, celebrado no dia 2 de fevereiro, na Colônia dos Pescadores do bairro Rio Vermelho, em Salvador, o Carrinho une centenas de pessoas em cortejo, cantando, dançando, performando com irreverência e descompromisso formal. O “Cortejo do Carrinho” carnavaliza a festividade, mas nem por isso reduz sua importância religiosa, pois:

A carnavalização seria uma cosmovisão revitalizadora que assume o princípio do redimensionamento das relações do homem com o mundo. O espaço desta revitalização tem sua origem no folclore combustanciado nas festas pagãs primitivas. Bakhtin (1999) buscou nos documentos e registros do mundo ocidental, momentos de afrouxamento das fronteiras entre o sério e o cômico, o oficial e o extraoficial, o sublime e o escatológico nos eventos culturais no período de transição da Idade Média para o Renascimento. Em sua visão, a subversão da ordem encontrada no carnaval é responsável pela renovação da linguagem e o surgimento de novos gêneros discursivos (Carvalho, 2009, p. 2)

Cibercultural, híbrido e informativo, o Carrinho vem promovendo com suas performances, dentre outras coisas, a ressignificação do conceito de Brau²³, gíria opressiva comum em Salvador para menosprezar o comportamento e a estética negra e suburbana. Isso tudo começou nos anos 1960, quando navios aportavam em Salvador com discos e flyers de cantores como James Brown, e bandas e movimentos sociais como o *Black Power*, que fizeram a cabeça e o guarda-roupas da periferia. Os que mais se aproximavam daquele conceito, eram *Brown*, ou “Brau”, em português, sem flexionar o sotaque americano.

Essa referência, ao se deslocar para os centros da cidade tendo como matriz performática esses corpos, foi ridicularizada pela sociedade baiana, que passou a associar o Brau à pobreza e ao popular, roubando-lhes o glamour e transformando-os em pessoas

²³ Ver mais em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QBoIhHw9Mnl>>. Acesso em: 7 jul. 2015.

cafonas. Dos anos 1980, até hoje, ser brau em Salvador é (ou era) ser cafona. Dumas ressignifica a opressão, considerando BRAU o BRAsileiro Universal²⁴, e a restaura como um elogio, um adjetivo, um estilo desejado de ser seguido, tal qual àquela época em que James Brown desembarcou, via diáspora, no porto de Salvador, devolvendo a gíria, em outra diáspora, à comunidade negra das periferias como forma de empoderamento.

Considerações finais

A Cibercultura é parte da vida com expressões a partir de atores sociais, humanos ou não-humanos, em práticas coletivas e planetárias, marcadas por recombinações e pelo surgimento de novos formatos, sobretudo comunicacionais. Vive-se a era “pós-massiva”, com cidadãos digitais produzindo e divulgando informações em rede, reconfigurando não só as formas de produzir, circular e consumir informações, mas o corpo social, também.

A partir desse novo paradigma, a cidade se reinventa, tornando-se cada vez mais conectada, capaz de gerar diversos tipos de dados para os cidadãos digitais que fazem parte da Sociedade da Informação, onde o conhecimento e a livre circulação são os capitais para o aprimoramento da vida social. Esse artigo demonstrou como diversas práticas incorporadas ao dia a dia das cidades (e às pessoas) são mediadas por processos digitais através de dispositivos eletrônicos. E como movimentos sociais têm voz nessa ambiência digital que simetriza os atores em rede, amplificando as contestações igualitárias.

O Carrinho Multimídia foi o escolhido para representar a cibercultura e suas práticas recombinantes no contexto urbano da cibercidade de Salvador, porto miscigenado desde o século XVI, aberto às trocas através do Mundo Atlântico, que conectou em diásporas, povos, mercadorias, informações etc. É um artefato híbrido, assim como a cidade, cujo modo de produção informacional convoca a participação popular. É interface entre digital e analógico; comunicação e antropologia. Vai da liberação do polo da emissão à Internet das Coisas, sendo ele próprio um não-humano que exerce ação sobre outros não-humanos que fazem parte de sua própria rede, ou sobre os humanos indispensáveis nas associações nos processos performáticos e interativos. Esse projeto faz o *download* (e o *upload*) do mundo digital, no século XXI, através de linguagem jovem, em uma plataforma carismática, carnavalizando e conferindo valor ao inconsciente e ao lúdico, endossando as teorias apresentadas, com redefinições sociais baseadas nos princípios da cibercultura e dos modelos do ciberespaço. E na cibercidade que é, também, a cidade de concreto, afinal.

²⁴ Destaque da autora na forma de escrever, que consta nos registros do Carrinho nas mais diversas plataformas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARVALHO, R. J. **Riso e as relações de poder nos textos de humor**. [s.l.] Revista Forum Identidades, vol.5, ano.3, jan./ jun. 2009. Disponível em: <http://200.17.141.110/periodicos/revista_forum_identidades/revistas/ARQ_FORUM_IND_5/DOS_SIE_FORUM5_03.pdf>. Acesso em: 20 jun 2015
- FONTES, S. G.; GOMES, R. L. I. **Cibercidades: as tecnologias de comunicação e reconfiguração de práticas sociais**. Londrina, v.18, n.2, p. 60-76. maio/ago. 2013. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/download/16161/13073>>. Acesso em: 2 jul. 2015.
- GUERREIRO, G. **Terceira diáspora – Salvador da Bahia e outros portos atlânticos**. [s.n.]. Salvador. 2009. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19287.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2015.
- _____. **A cidade imaginada – Salvador sob o olhar do turismo**. [s.n.]. Revista Gestão e Planejamento. Salvador, n. 11, vol.6, p. 06-22, jan./jun. 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/192>>. Acesso em: 20 jul. 2015.
- LEMONS, A. **A comunicação das coisas. Teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.
- _____. **Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- _____. **Cibercidades: um Modelo de Inteligência Coletiva**. [s.l.: s.n.] [ca.2001] Disponível em: <http://www.saladeaulainterativa.pro.br/texto_0012.htm>. Acesso em: 11 jul. 2015.
- _____. **Ciber-cultura-remix**. 2005. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/remix.pdf>>. Acesso em 2 jul 2015.
- _____. Cidade e mobilidade. **Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais**. [s.l.]. urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana (Brazilian Journal of Urban Management), v. 2, n. 2, p. 155-166, jul./dez. 2010. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/urbe?dd1=4469&dd99=view&dd98=pb>>. Acesso em 30 maio 2015.
- _____; CUNHA, P. (Org.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- _____; PASTOR, L. **Internet das coisas, automatismo e fotografia. Uma análise pela Teoria ator-rede**. 2014. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT01_COMUNICACAO_E_CIBERCULTURA/artigocompo_s2014_final_2136.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2015.
- LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.
- SILVA, S.A. **Arte e tecnologias móveis: Hibridizando espaços públicos** [Art and mobile technologies: The hybridization of public spaces] . In A. Parente, (Ed.), *Tramas da Rede: Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação* [Network trams: New phylosophical, aesthetical, and political dimensions of communication]. Porto Alegre: Sulinas, 2004, p. 282-297.

ANEXO

Figura 1: Montagem de fotos do Carrinho Multimídia em espaços públicos e privados.



Fonte: imagens do site oficial do Carrinho Multimídia²⁵

²⁵ Disponível em: www.carrinhomultimedia.com.br. Acesso em 16 jun 2015.