

Inteligência Artificial entre Morcegos e Golfinhos: A Arte da Montagem em TV BOT (2004-2020)¹

Milena Szafir²

Wilker Paiva³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Buscamos compreender as tele-(audio)visualidades na era da massa de dados (*Big Data*) - ubiquidade das redes sociais, serviços de *streaming* e A.I.; intermitente captura de nossas *gazes* e frequências em retorno às Batcavernas (SZAFIR, 2009a). Ao experienciar, em solo tupiniquim, tanto a LGPD quanto cotidianos espelhamentos narcísicos via múltiplas telinhas no tempo real (espetáculo GAFAM durante a pandemia), elegemos a obra TV BOT, de Marc Lee, para breve análise inédita em continuidade às nossas pesquisas compartilhadas ao longo dos seis meses (meio ano!) sob confinamento nestes tempos distópicos: 1. “Estado da Arte na Estética dos Dados: Leak’Age [Tutorial] - [MaskVide] work in progress”, 2. “(A)Live or Dead @COVID19: ensaio [Gazers] para futuros artigos” e 3. “Remix como ato político”, entre outras.

Palavras-chave

Televisualidades; Estado da Arte do Remix; Estética do Banco de Dados; Dataveillance; Análise da Montagem.

Na melhor das hipóteses, a obra de arte surge através da montagem.

Walter Benjamin

Nossa apresentação tem por mote debatermos a estética das tele-(audio)visualidades frente aos característicos aspectos da neo-biopolítica (SZAFIR, 2020) a partir da obra de Marc

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora no Instituto de Cultura e Artes da UFCE, coordenadora Projéctares Audiovisuais e membro #ir!, e-mail: profmilena@manifesto21.tv

³ Mestrando no Programa de Pós Graduação em Artes da UFCE e membro #ir!, e-mail: wilkerpaiva1@yahoo.com

Lee (1969) - um artista suíço que desde 1999 vem criando projetos de arte e tecnologia voltados para as redes de comunicação. Através de instalações interativas e artemídia (MACHADO, 2010), Marc Lee experimenta *TICs* em processos criativos a fim de refletir aspectos culturais, sociais, econômicos e políticos⁴. Para tanto, nestes tempos de confinamento - quando se exponenciam protótipos de webTV em que se dá a glória do formato *talking heads*, entre amadores e profissionais, para além dos noticiários televisivos -, selecionamos ensaiar uma análise desde obra artística que se desenha no diálogo às televisualidades ao longo dos últimos quinze anos aproximadamente. Como uma forma influencia na outra? Ou, de acordo a Flusser (2004), como o artista trabalha esteticamente a subversão dos aparatos disponíveis oferecendo-nos uma outra perspectiva às televisualidades nas quais estamos submersos?

Se Flusser (2004) apontara sobre uma necessidade dos artistas no jogo em combate à perversidade programática dos aparatos tecnológicos, é urgente - no tempo presente - retomarmos Benjamin (1994), a fim de lembrarmos da importância do papel dos pesquisadores universitários para além de um “reinado dos intelectuais” (*Geistige*). Ou seja, tomamos o conceito de “refuncionalização” (*Refunktionalisierung*) junto à academia e nossas *lives* durante a COVID-19 desde “uma exigência fundamental: não abastecer o aparelho de produção sem o modificar” (op.cit.), tal qual propuseram os artistas há um século:

esclarece Brecht: “a publicação deste texto ocorre num momento em que certos trabalhos não devem mais corresponder a experiências individuais, com caráter de obras, e sim visar a utilização (reestruturação) de certos institutos e instituições”. O que se propõe são inovações técnicas, e não uma renovação espiritual, como proclamam os fascistas. Voltarei mais adiante a essas inovações técnicas. (BENJAMIN, 1994; p.127)

Seria necessário, portanto, compreendermos o que é a reluzente “caixa pr@tra” (SZAFIR, 2010) para buscarmos subvertê-la ou, ao menos, subvertermos sua lógica através de posicionamentos políticos dentre experimentações na matéria à forma - em contrapartida à crítica dialético-benjaminiana. A partir destas perspectivas percebemos ser necessário discutirmos antes o aparato técnico - o estado da arte das

⁴ Mais informações sobre o artista e suas obras podem ser encontradas em seu site: <https://marclee.io/en/home/>, último acesso em 07 de outubro de 2020.

tecnologias utilizadas na série TV BOT (2004-2020) - a fim de analisarmos para além de uma experiência estética individual.

Catalisadores Técnicos

há tendências na civilização estabelecida capazes de reativar a atitude radical dos trabalhadores, essas tendências o filósofo alemão [Marcuse] denomina de “catalisadores”.
René Ivo

Visamos demonstrar de modo empírico como TV BOT busca, através de sua forma estética, subverter o aparato tecnológico originalmente projetado para fins informacionais-mercadológicos (FLUSSER, 2004). Isto é, no movimento subversivo da apropriação de imagens e sons midiáticos da contemporaneidade superarmos uma sociedade petrificada (MARCUSE, 1975), tornando possível vislumbrar uma nova sociedade qualitativamente diferente e libertária.

Pense-se no dadaísmo. A força revolucionária do dadaísmo (...) Os autores compunham naturezas-mortas com o auxílio de bilhetes, carretéis, pontas de cigarro, aos quais se associavam elementos pictóricos. O conjunto era posto numa moldura. (...) vejam, a moldura faz explodir o tempo; o menor fragmento autêntico da vida diária diz mais (BENJAMIN, 1994; p.128)

Neste sentido, TV BOT (2004-2020) é o catalisador que concentra uma série de possibilidades artísticas utilizando-se das novas tecnologias para potencializar o caráter subversivo da arte. De acordo a Flusser (2004), trata-se da capacidade e da necessidade do jogador em reverter a própria engenharia do aparato, infiltrar-se na caixa preta a fim de intervir em seu programa. Veremos que Marc Lee, ao estar consciente das tecnologias de sua época, desvia os dados em fluxo (o petróleo de nossa era) para fazeres artísticos e críticos relacionados às tele-(audio)visualidades: “o espetáculo aliado à vigilância [é igual ao consumo]” (SZAFIR, [2004]2006).

TV BOT tem como proposta funcionar como um canal de notícias randômicas, onde o processo na obra é automatizado; ou seja, o artista programou uma inteligência artificial (um *bot*⁵)

⁵ *Bot* é diminutivo de *robot* e se refere a aplicações de softwares que simulam ações humanas de forma automatizada (uma inteligência artificial).

que está sempre atrás de novas informações (MANOVICH, 2018), implicando numa completa extra-editação do conteúdo exibido na tela. Ou seja, (des-)controla-se o que pode ser exibido. Desta forma, o artista coloca em questão os seminiais fundamentos da “televisão ao vivo” que, mesmo ao proclamar a notícia “em primeira mão” - em nome da audiência e dos números (MACHADO, 2000) -, encontra-se constantemente em atraso; ou seja, desatualizada, necessitando utilizar-se frequentemente de “materiais de arquivo”, imagens apropriadas (“requeentadas”) a partir de diferentes bancos de dados.

Desde sua primeira exibição, em 2004, TV BOT passou por duas atualizações: uma em 2010 (“TV Bot 2.0”) e outra em 2016 (“TV Bot 3.0”). Nas versões primeiras (2004 e 2010) não há grandes alterações, mas ainda é interessante apontar que em ambas o design era composto por no máximo três fontes paralelas de conteúdo (captura de imagens de câmeras compartilhadas na Internet, sons de rádios *online* e manchetes de jornais na web⁶). O tempo de duração da exibição de cada trecho foi diminuído entre 2004 e 2010 (de 10 segundos para 6”). Os televisores para a exibição (*hardware* às instalações) mantiveram a mesma proporção de tela (4:3), já a programação (*software*) trouxe algumas mudanças mais substanciais. Em 2004 a *Google* compra o *Orkut* e oferece o *Gmail* (por convite a usuários), em 2006 compra o recém lançado *Youtube*, tornando-se “a invenção do ano” (SZAFIR, 2010) e, finalmente, a empresa lança o *Chrome* em 2010 - navegador desenvolvido frente às, então novas, possibilidades das *APIs*⁷ via *JavaScript* e páginas *web*-dinâmicas com *HTML5* (SZAFIR, 2011). Frente às mudanças tecnológicas - mantendo o conceito e o formato original -, TV BOT passou a ser compatível também com o *Google Chrome* além dos, até então, principais navegadores no mercado (*Firefox* da Mozilla, *Internet Explorer* da Microsoft e *Safari* da Apple). O *codec* de renderização para vídeos - até então *RealPlayer* ou *QuickTime* (MANOVICH, 2001) passou a ser o *Flashplayer* (da Macromedia) sob o qual as plataformas da Internet eram desenvolvidas à época (SZAFIR, 2015), assim como o

⁶ Apesar de em 2004 haver o *Orkut* ainda não haviam as chamadas “redes sociais dinâmicas”, como *Facebook* e *Instagram*, tampouco serviços (plataformas) de *video streaming* como, por exemplo, o *Youtube*.

⁷ Podemos ver uma API como uma outra camada de uma página na *web*, por exemplo: no *Facebook* podemos ver vários vídeos, imagens, postagens, mas há uma camada que não podemos ver - mas que está no servidor - e podemos acessar via linhas de código, criando uma ponte que nos permite requerer várias informações para que possamos editar, copiar e reutilizá-las em outros lugares (como faz Marc Lee em TV BOT)

próprio *Youtube* - tornando-se a melhor opção para *streamings* de vídeo até 2015, quando é definitivamente substituída pelo *HTML5*. Nesta última década, além do *HTML5*, vimos um *boom* nas alterações tecnológicas aos códigos *web* - o que Manovich chamara, em termos videográficos, de revolução aveludada (SZAFIR, 2018). Assim, ao surgirem (in)visivelmente outras possibilidades à programação na Internet, a obra foi atualizada tecnologicamente. Verificamos, portanto, que em menos de uma década a obra passou por algumas mudanças e atualizações mais no software do que no design do *layout*:

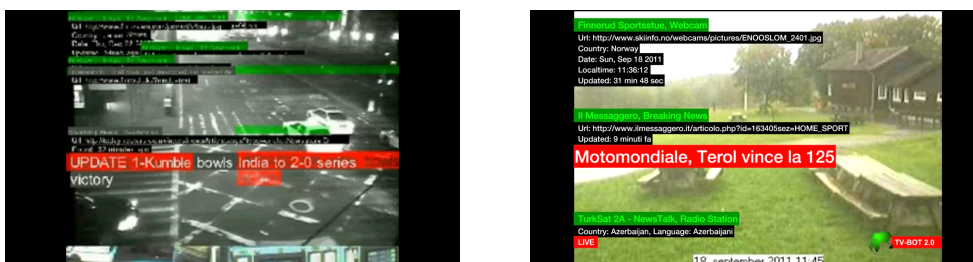


Figura 1: Capturas de tela retiradas dos vídeos-registro de “TV Bot 1.0” e “TV Bot 2.0”.

Fonte: < <https://marclee.io/en/tv-bot-world-news-as-soon-as-it-happens/> >, acessos em setembro de 2020.

Alteraram-se as tecnologias, mas Lee manteve conceito e estética originários; ou seja, é importante ressaltar que ambas conservam o mesmo objetivo à criação do autor: “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediada por imagens [e sons]” (DEBORD *apud* SZAFIR, 2006).

Marc Lee, em entrevista realizada ao autor em fevereiro de 2020, afirma que “as tecnologias utilizadas têm o mesmo valor que o pincel e a cor para o pintor”. Desta maneira, percebemos o quanto as novas mídias são ferramentas à operacionalidade criativa para o artista na construção de suas obras tal qual os meios analógicos para, por exemplo, Diego Velazquez em “Las Meninas” (FOUCAULT, 2007). Em termos processuais, Benjamin (1994), no seminal “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (primeira versão), descreve como as técnicas da reprodutibilidade eram operacionalizadas pela arte - em particular o cinema -, trazendo à tona o fundamental processo da montagem que conforme observamos, tanto na produção cinematográfica quanto na indústria, adotava-se então o termo “linha de montagem” - até então inexistente como denominação precisa (GIEDION *apud* SZAFIR, 2020). Tal percepção benjaminiana, da montagem como princípio, inicia-se

ainda anteriormente em carta endereçada a Adorno referente à sua apresentação, então em andamento, ao Instituto para o Estudo do Fascismo:

Mostrarei, por exemplo, como em sua seleção e tratamento dos gestos Brecht limita-se a transpor os métodos da montagem, decisivos para o rádio e para o cinema, transformando um artifício frequentemente condicionado pela moda em um processo puramente humano. (...) Recorre, de uma nova maneira, ao velho privilégio do teatro - o privilégio de expor os presentes. (BENJAMIN, 1994, p.133-134)

Nas duas primeiras versões da obra vemos que o artista aproveitou os recursos tecnológicos de sua época - assim como as lógicas do *mashup* - para uma inteligência artificial capaz de operar como um *hacker* que se apropria do fluxo de informações e notícias na *World Wide Web*. Assim, TV BOT opera na contramão da pretensa transparência das redes sociais e noticiários televisivos cujo “objetivo não é tanto alimentar o público com sentimentos, ainda que sejam de revolta, quanto aliená-lo sistematicamente, pelo pensamento, das situações em que vive” (BENJAMIN, 1994).

“TV Bot 3.0”: decupagem e análise

Algumas pessoas pensam que as máquinas controlarão os humanos. Estamos muito, muito distantes disso (...) No momento, usamos apenas a tecnologia para obter alguns incrementos para tornar as coisas mais fáceis. Por exemplo, a comunicação ficou muito mais fácil, mas por outro lado, a tecnologia é muito impulsionada pelas empresas, elas decidem o que virá a seguir. As empresas têm que vender o produto, elas estarão sempre construindo produtos que sejam bons para vender e não fazem produtos para ajudar a sociedade (...) Os artistas podem ver por trás do serviço, podem levantar questões, podem perguntar quais são os efeitos colaterais. Os cientistas também estão fazendo isso, porém eles são uma espécie de pedes de suas instituições. Mas eles [os pesquisadores universitários], é claro; já os artistas, podem ser mais livres e apenas fazer o que sentem, o que desejam expressar.
Marc Lee (grifos nossos)

Em “TV Bot 1.0”, antes da *live* dar início, há um texto de introdução escrito pela inteligência artificial (o *bot*) programado por Marc Lee. No fim do texto a inteligência artificial coloca suas tarefas - os motivos pelos quais está exibindo tais informações -, sendo a primeira delas *hacking*. Ou seja, algo que aparece já na primeira versão é o caráter tanto de *hackeamento* quanto da vigilância (uma das finalidades candentes em inteligência artificial). Desta forma, vemos que há uma vontade do artista em expor a inerente capacidade de controle (*dataveillance*) nas tecnologias coordenadas com a

vontade de se expor das pessoas via câmeras compartilhadas - como ocorria também, por exemplo, na obra *Vj'iar: web-vj'ing-cam*⁸ lançada *online* à mesma época (também em *Macromedia Flash*) e exposta em Berlim, no Festival Transmediale:

Os *Reality Shows* televisivos são hoje o Panóptico às avessas, onde as pessoas se pré-dispõem a serem vigiadas e, desta maneira, obterem a tão famosa concepção dos “15 minutos de fama” propagada por Andy Warhol nos anos 60. Em nossa atual sociedade midiática -século XXI - contabilizamos “5 segundos”. A noção de tempo mudou na Era da Informação, do Controle, da Vigilância aliada ao Espetáculo: a década de 60 é passada, mas deixou forte berço social-filosófico ao atual momento em que vivemos. (SZAFIR, [2004]2006; p.99)

Se nosso propósito, ao apresentarmos as duas primeiras versões, foi dimensionar as mudanças tecnológicas da última década, o foco agora - com “TV Bot 3.0” (2016) - será mostrarmos como todas as versões mantêm a ideia de desvio como sendo o princípio norteador para a realização estética do artista desde essas tecnologias. Ao se apropriar destas, e dos dados em massa nos fluxos midiáticos, o que acontece é que há um código rodando que sempre procura pelo conteúdo mais recente publicado em um grupo de redes sociais, selecionadas pelo artista, e que é exibido na tela como colagens, onde as informações (textuais e/ou imagéticas) estão em movimento enquanto sobrepostas umas às outras - uma espécie de subversão dos cada vez mais existentes “agregadores de notícias” na Internet.



Figura 2: Captura de tela retirada de “Corona TV Bot”.

Fonte: < <http://marclee.io/tvbot/settings/index.php?m=start> >, acessos em setembro de 2020.

⁸ Versão online da obra “Performances Panopticasdas - surveillance-wireless-vj'ing” (2004-2006) que, ainda hoje, pode ser experimentada em: <www.manifesto21.com.br/game>, último acesso 20/09/2020. Obs: a partir de 31 de dezembro de 2020 a Adobe irá descontinuar os *plugins* do *Flash Player* junto aos navegadores atuais.

Colocando em perspectiva a versão de 2016, frente às outras duas versões, faremos uma decupagem descritiva desta atualizada *mise-en-cadre* (EISENSTEIN, 2002b) onde Lee consegue trabalhar com cinco diferentes fontes de dados: *Youtube*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* e *Flickr*. Na “Figura 2” podemos ver que a porção textual da composição aparece flutuando em primeiro plano. Enquanto que o *ticker*, localizado na parte inferior, exibe o título do vídeo e a logo “TV Bot”. O diálogo com o design televisivo passa da lógica dos telejornais aos *layouts* da TV digital e sua promessa de interatividade (SZAFIR, 2007).

Além desse rearranjo dos elementos - composição na tela -, Marc Lee adicionou duas novas funcionalidades: (1) no canto superior esquerdo foi colocado um *plug-in* de compartilhamento onde o usuário/ participante, pode compartilhar as informações que o *bot* está buscando; (2) no canto superior direito há um ícone que representa os *slides* de um *mixer*, através dele é possível abrir uma janela – conforme “Figura 3” - onde se pode escolher duas forma de assistir à TV BOT: o (ex-)espectador pode assistir aos conteúdos recentes postados na última hora ou escolher assistir a uma programação guiada ao adicionar as *hashtags* que preferir:

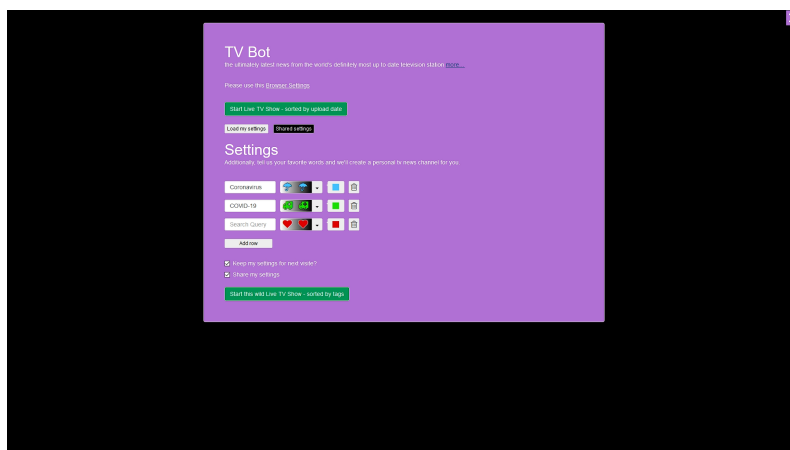


Figura 3: Frame retirado do diagrama automatizado via “TV Bot 3.0”.
 Fonte: < <http://www.projetares.art.br> >, acessos em setembro de 2020.

Agora as imagens são geradas dinamicamente, trabalhando-se os gestos de recolher e editar (WEINBREN, 2019), sem a necessidade de mudança de página (processando-se tudo em tempo real). Essa última funcionalidade permite que o artista crie várias ramificações da obra como “TV Bot 3.0 - The Show Must Go On” (2020) -

que foi criado especialmente para as eleições presidenciais americanas, onde Lee coloca as *tags* Trump e Biden para criar a *live TV* - e “Corona TV Bot” (2020), que também utiliza a customização adicionando as *tags* “COVID-19” e “coronavirus”. No presente texto apresentaremos esta última para análise.

Retomando como os artistas da Pop Arte apropriaram-se das telas e retículas, características dos meios de comunicação, a fim de demonstrarem as tensões no mundo contemporâneo (a violência de seu tempo) - em diálogo, como um arqueólogo das mídias, com técnicas de rotogravura, xilogravura ou fotografias transmitidas por telégrafo ao longo das guerras no século XX -, Marc Lee se apropria daquilo que está disponível na contemporaneidade: dados, redes e televisores digitais. Isto é, versões em diálogo direto com uma comunicação em massa (que se quer “alternativa”). Sem dúvida a questão da apropriação passa pela lógica dos fluxos, seja na *Pop art* ou na arte de Marc Lee: “O meio não é a mensagem - mas a forma como a mensagem é transmitida -, e os artistas que têm consciência da estrutura da mídia fazem uso disso como discurso estilístico” (DANTO *apud* SZAFIR, 2020c).



Figura 4: Diagrama de “TV Bot 3.0” via *ImageJ* com *plugin Image Montage* (série “Leak’age Tutorial”).
Fonte: “Metalinguagem: (des)automatizando TV BOT” (ensaio audiovisual, 5min., cor. SZAFIR; PAIVA, 2020).

Continuemos nossa análise via decupagem. Para exibir esse conteúdo vindo de outras plataformas, Lee separa a exibição em um ciclo de duas partes que funcionam

como modelos onde imagens estáticas e vídeos serão encaixados. Entre estas duas partes de um mesmo ciclo e entre ciclos surgem telas de carregamento:

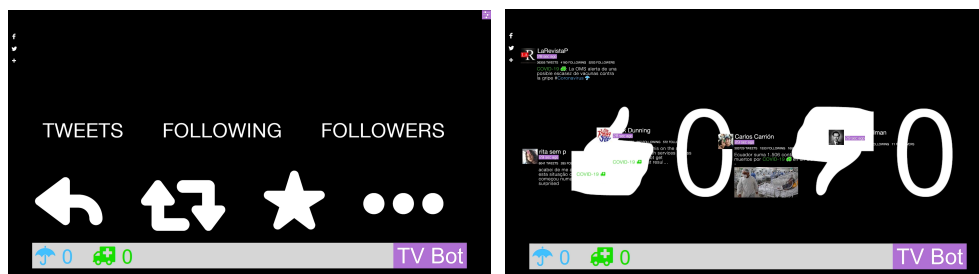


Figura 5: Frames retirados do diagrama automatizado via “TV Bot 3.0”.

Fonte: < <http://www.projetares.art.br> >, acessos em setembro de 2020.

Após o “telespectador” (participador) selecionar se prefere assistir às últimas postagens ou fazer uma busca por *hashtags*, vemos na tela ícones, *letterings* e textualidades em sobreposição - elementos comuns na estrutura/ interface do *Twitter*. O primeiro *frame*, à “Figura 5”, trata-se de uma tela de carregamento (*loading*) - onde os ícones fazem um movimento de baixo para cima -, quando então (*frame* à direita na “Figura 5”) começam a surgir vários *tweets* sobre uma camada contendo dois outros ícones que remetem aos botões de “curtir” e “não curtir”, eis a questão: gesto comum entre as redes sociais. Nos dois *frames* da “Figura 5” vemos as referências que o artista coloca em xeque: ele cria uma ambientação num tom irônico (SZAFIR, 2015) que busca desviar, na composição, elementos de design comuns tanto nos telejornais (*tickers*) quanto nas redes sociais - como um protótipo à “televisão do futuro”. Depois que os dois últimos ícones “mãozinhas” somem, um vídeo do *Youtube* é carregado em tela cheia ao fundo.

A composição da imagem em “TV Bot 3.0” apresenta o fluxo vivo e contínuo de *tweets*. Essa forma que o artista utiliza para representar a circulação intermitente de informação nas redes sociais dá início ao ciclo de dados que começam a aparecer na tela. Logo após essa composição (“Figura 5”), há uma troca de vídeos e o *layout* fica menos “abstrato”, os *tweets* começam a surgir num *grid* com blocos no canto superior direito da tela. Novamente uma subversão: desapropriação da mecânica das *lives* (vídeos em tempo real) no *Instagram*, fazendo com que os ícones de coração (o signo

para “curtir” nesta rede social específica) sejam transformados em carrinhos verdes e borbulhem em randômicos lugares da tela - dando movimento ao design proposto e significando o número de pessoas que clicaram “curtir”:

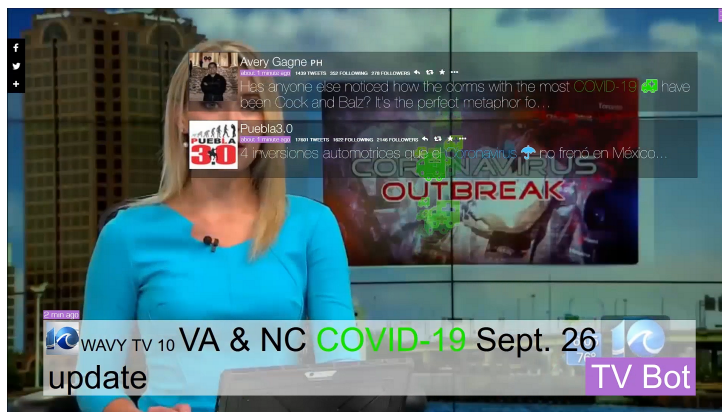


Figura 6: Frame retirado do diagrama automatizado via “TV Bot 3.0”.
Fonte: < <http://www.projetares.art.br> >, acessos em setembro de 2020.

Na “Figura 6” podemos ver o ícone eleito por Marc Lee - carrinhos verdes - que simboliza a *hashtag* COVID-19, transformando-a em um *hyperlink* verbal, também na cor verde. Já #coronavirus é representado tendo um guarda-chuva azul como ícone. Os *tweets* surgindo em formato de comentários - sobrepostos ao vídeo de fundo -, conforme postados pelos internautas, parecem assim comentar o vídeo que surge ao fundo. Essa composição aponta para uma estética que mescla diferentes paradigmas debordianos, entre o *Instagram* e a interface típica de uma transmissão televisiva (SZAFIR, 2009b). Já pelo viés do gênero filme-ensaio, por exemplo, os comentários sobrepostos transformam-se em um modelo atualizado da *voz off*, transformando-se, literalmente, em uma *voz over* (ainda que sem voz sonora, somente escrita).

Ao se apropriar dos elementos típicos à interface compositiva de uma *live* no *Instagram*, o artista devolve ao espectador de TV BOT uma imagem que mescla elementos tipicamente televisivos às influências entre o design nas redes sociais e *layouts* da TV Digital. Ao brincar nestes códigos da retórica visual contemporânea, Marc Lee demonstra um amadurecimento da obra ao abarcar e testemunhar todo um movimento de informações que estão circulando nas distintas televisualidades: entre dados e suas interfaces. Ou seja, o ponto forte da obra está na capacidade de tornar

visível o virtual movimento real do mundo, paradigmaticamente televisual. Essa noção coloca que a obra compele o espectador a montar mentalmente uma narrativa não linear a partir das imagens que vão surgindo (WEINBREIN, 2019; EISENSTEIN, 2002a). Ao ser questionado sobre o papel do despertar crítico das pessoas pela arte, o artista reitera:

Talvez não seja uma direção, é mais uma coisa política ou religiosa, eu acho, mas reflete criticamente nossa vida e o ambiente, incluindo questões sociopolíticas, econômicas e culturais. É um bom sinal, se as discussões e discursos críticos começarem entre os visitantes. Talvez este seja um dos principais alvos da arte. (LEE *apud* RUTIGLIANO, 2014, p. 63)

Assim que a primeira parte do “jogo” termina, surge nova tela de carregamento (“Figura 7”) que mostra mais uma vez uma estética que mistura os característicos elementos das redes sociais (a movimentação destes, como numa arqueologia das mídias televisivas, lembra uma “tela de espera” dos antigos aparelhos de DVD, cada ícone ricocheteando em uma parte da tela numa profundidade inexistente, até sumir em um *fade out*). Ao centro do primeiro campo da imagem, *letterings* informam o quanto de dados foram encontrados usando as duas *hashtags* para gerar essa visualização:



Figura 7: *Frame* retirado do diagrama automatizado via “TV Bot 3.0”.
Fonte: < <http://www.projetares.art.br> >, acessos em setembro de 2020.

A “Figura 8” representa a última parte do ciclo do “TV Bot 3.0”. De todos os modelos onde as imagens foram colocadas esse é o que mais parece com um “clássico” *layout* da televisão contemporânea. Com a tela do *Youtube* em um formato *picture-in-picture* no canto superior direito e imagens passando ao fundo temos uma composição ainda mais comum aos telejornais. Em vez de os *tweets* servirem como uma forma de comentário ao vídeo que está passando ao fundo, é o vídeo que agora comenta as

imagens estáticas. Finaliza-se a trajetória de uma forma bastante conhecida aos meios televisivos: uma manchete no *ticker* inferior aliado a uma pequena janela à direita superior contendo um vídeo - composição em remix de comentários às imagens que passam ao fundo, lembrando então uma estética dos noticiários em “estilo CNN”:



Figura 8: Frame retirado do diagrama automatizado via “TV Bot 3.0”.
Fonte: < <http://www.projetares.art.br> >, acessos em setembro de 2020.

Ecoando frequências em *feedback* (diálogo de “Echolocation”, 2018, com TV BOT)

ech-o-lo-ca-tion

1. *A sensory system in certain animals, such as bats and dolphins, in which usually high-pitched sounds are emitted and their echoes interpreted to determine the direction and distance of objects.*
2. *Electronics. A process for determining the location of objects by emitting sound waves and analyzing the waves reflected back to the sender by the object. In both senses also called echo ranging.*

Farlex English Dictionary

Nesta breve análise de TV BOT buscamos abordar as tecnologias usadas e como o artista, ao subverter os *grids* característicos das tele-(audio)visualidades, cria uma obra entre o tom crítico e irônico, na sutileza (s)em Coringa. Com esse gesto de montagem o artista visa perfurar o consciente petrificado do homem unidimensional. Se a Pop Arte se apropriava das mercadorias mais valiosas para as empresas à década de 1960, Marc Lee, se apropria da (ou desapropria a) mercadoria mais importante nos dias atuais: dados em fluxo contínuo nas distintas redes sociais. TV BOT trabalha, através de

uma politização da arte, um combate ao capitalismo fofinho da neo-bossa nova (SZAFIR, 2017) que - em progressão exponencial ao longo desta segunda década do século XXI - angariou territórios a partir daqueles festejantes móveis que não se deram conta quanto às infra-estruturas subterrâneas do herói mascarado, que já sinalizavam ao longe, a serviço do comissário Gordon ou do cap. Nascimento (SZAFIR, [2009]2010)...

muitos mitos ciberculturais colaboram para a manutenção do *status quo* e inibem um olhar mais crítico da cultura tecnológica (...) o problema de muitos discursos expectantes é visar ao futuro sem explorar suficientemente o presente. E é no presente que se concentram, em germe, as heteronomias que poderão oferecer um porvir menos tipificado e totalitário. (FELINTO, 2011, p.9-10)

A cultura está cada vez mais homogênea fazendo com que o ser humano não consiga enxergar uma dimensão social, mais libertária (MARCUSE, 2011). Todos os procedimentos de montagem eleitos por Marc Lee servem a um único propósito: causar um despertar do espectador (EISENSTEIN *apud* SZAFIR, 2019). Se considerarmos que o artista com sua obra é capaz de reativar uma atitude radical a partir da tomada de consciência, então TV BOT é um catalisador capaz de fazer as pessoas repensarem nossa pós-globalização nestes tempos distópicos da era neo-biopolítica em que fomos já todos encoleirados tele-audiovisualmente (DELEUZE *apud* SZAFIR, 2017).

REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, W. **Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 1997.
- EISENSTEIN, S. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002a.
- __. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002b.
- FELINTO, E. **Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica**. In: E-compós, Brasília, v. 14, n. 1, 2011.
- FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma filosofia da fotografia**. São Paulo: Relume Dumará, 2004.
- FOUCAULT, M. **As Palavras e as Coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- IVO, R. **Os catalisadores e suas formas de resistência e luta na teoria crítica de Herbert Marcuse**. In: Revista Diaphonía, Paraná, v.3, n.1, 97 – 112. 2017.

- MACHADO, A. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Senac, 2000.
- ___ **Artemídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.
- MANOVICH, L. **AI Aesthetics**. Moscou: Strelka Press, 2018.
- ___ **The language of new media**. Massachusetts: The MIT Press, 2001.
- MARCUSE, H. **A Dimensão Estética**. In: Eros e civilização - uma interpretação filosófica do pensamento de Freud. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1975.
- ___ **O Homem Unidimensional**: sobre a ideologia da sociedade industrial avançada. Lisboa: Livraria Letra Livre, 2011.
- RUTIGLIANO, D. **An Interview with Marc Lee**. In: LandEscape Art Review, Europa, Novembro, 2014.
- SZAFIR, M. **(A)Live or Dead @COVID19**: ensaio [Gazers] para futuros artigos. In: DAT Journal, 5(3), 263-287, 2020b. <https://doi.org/10.29147/dat.v5i3.271>
- ___ **Projet'ares Audiovisuais como Manifesto**: por um filosofar estético às retóricas videográficas (ou o design como arte e montagem em movimento). In: I Colóquio de Pesquisa em Design. Fortaleza: UFC, [2019]2020c.
- ___ **Da Retórica**: Audiovisual e as Regulações das paixões. In: Montagem Audiovisual: reflexões e experiências. São Paulo: Socine, 2019. Disponível em: < <https://bit.ly/380gtPm> >.
- ___ **Composição**: Ensaio em 03 Movimentos. In: Dossiê: Sensações cinéticas: Palatnik e o movimento como tema nas artes visuais. Revista OuvirOUver, 14(2), 2018, pp. 340-360.
- ___ **Las formas videográficas en la Sociedad del Espectáculo**. In: XVII Festival Internacional de La Imagen (XV Foro Académico de Arte y Diseño Latinoamericano). Manizales, **Anais [...]**, 2017. Disponível em: http://festivaldelaimagen.com/wp-content/uploads/2018/05/Proceedings_2018.compressed-1.pdf, acesso em 28 de julho de 2020.
- ___ **Montagens Audiovisuais Extra-Apropriação**: por uma pedagogia do filme-ensaio na cultura digital. In: BRANDÃO, Alessandra; LIRA, Ramayana (orgs.). A Sobrevivência das Imagens. Campinas: Papius Editora, [2014]2015, pp.153-175.
- ___ **A interatividade do vídeo-remix**: subjetividades em jogo na rede (artesãos audiovisuais em formação, versão 1.1). In: Anais XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, ISSN 2175-4683. INTERCOM: Manaus, 2013. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1397-1.pdf> >, acesso em 09 de outubro de 2020.
- ___ **Um breve estado da arte do vídeo digital online em 2011**: [...] In: Notas sobre criação audiovisual, redes sociais e web. São Paulo: CINUSP, 2011, pp.34-85.
- ___ **Retóricas Audiovisuais** (o filme tropa de elite na cultura em rede). 2010. 138f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Arte, São Paulo, 2010.
- ___ **Towards A Cellphone Cinematography**: a discussion about mobile telecommunication as a tracking particle or Foucault checkmated inside widespread movies [*Batman – The Dark Knight*, *Salve Geral* and *Elite Squad*]. IN: LYON, David et.al. Anais do XVII International Sociological Association World Congress of Sociology. Gothenburg, [2009]2010. < <http://blog.manifesto21.com.br/2009/12/14/towards-a-cellphone-cinematography-part2-another-paper-approved/> >, acesso em 04 de março de 2020.
- ___ [...] **D.I.Y. Tratado de webTV**. (fanzine independente). São Paulo: Manifesto21.TV, 2007. Disponível em: < <http://blog.manifesto21.com.br/2007/11/22/lancamento-do-video-documentacao-parte01-redistribuicao-dos-manifestos/> >, acesso em 23 de setembro de 2020.
- ___ **Work in Progress**: Performance-Vj'ing-Wireless (de “Performances Panópticas” a “Cyborg Panópticoando – Manifesto21”) ou a elaboração de um manifesto multimidiático: o Manifesto Panóptico. In: VASCONCELOS, G.; ROSA, R. (eds.). *net cultura 1.0* [Digitofagia]. SP: Radicais Livros, [2004]2006, 98-100.
- SZAFIR, M.; PAIVA, W. **Estado da Arte na Estética dos Dados**: Leak'age [Tutorial] - [MaskVide] work in progress. 29º Encontro Nacional da Anpap, 2020.
- WEINBREN, G. **Ocean, Database, Recut**. In: Revista Vazantes v. 3, n. 2., pp. 237-265. 2019.