

**egoscópio**  
**teleintervensões urbanas e arte pública na era do espaço cívico**  
**Giselle Beiguelman \***

*Ao invés de nos fazer lembrar o passado, como os velhos monumentos, os novos monumentos parecem fazer-nos esquecer o futuro. Não são feitos em prol das épocas, mas contra as épocas”.*

*(Robert Smithson, Entropy And The New Monuments, 1966)*

**Conceitos:**

A land art dos anos 60, e, especialmente as gigantescas earth works de Robert Smithson, reconfiguraram a arte pública, rompendo as relações correntes entre obras e lugares da memória.

Ao perverter essa lógica, introduziam o conceito e a prática do tensionamento entre site e non-site, ou lugar e não-lugar, que esvaziava o sentido do monumento como agente do passado no presente, a partir de um esgarçamento da tradição newtoniana em que o tempo se define em relação ao espaço.

Concebidas como obras com dimensões muitas vezes incompatíveis com a escala humana, lidando com materiais percíveis e formas diagramáticas, configuravam uma arquitetura nova, sem valor qualitativo.

Uma arquitetura que só se dá a ler momentânea e contextualmente, como as paisagens urbanas contemporâneas e suas seqüências de favelas e arranha-céus, pontes e dejetos, ou os supermercados e gadget stores, com suas infindáveis prateleiras de tudo e mais um pouco.

Etéreas, informes e desobjetificadas, esse tipo de obra lidava com situações entrópicas em que parecia ser impossível perguntar: de que época é isso, fazendo com que se passasse a interrogar onde foi esse tempo?

A ubiqüidade do cyberspace maximizou essas tensões, forçando-nos a reelaborar agora o espaço no âmbito da não-tridimensionalidade referencial e para além dos circuitos geográficos, em territórios maleáveis que se articulam na cartografia pontual das cidades globais, ou pós-urbanas, a partir e entre as dinâmicas das redes.

É o que chamamos de configurações híbridas, situações resultantes de experiência de interconexão de redes on line e off line, que se dão no trânsito e em trânsito, mediadas por sistemas de gerenciamento de tráfego, painéis eletrônicos, celulares, PDAs e agentes inteligentes, como a que lidou a teleintervenção urbana egoscópio<sup>1</sup>.

### **egoscópio**

A teleintervenção aconteceu em agosto de 2002 e possibilitou que qualquer pessoa conectada à Internet enviasse, por meio do website de egoscópio, outros sites a dois painéis eletrônicos situados em uma movimentada avenida de São Paulo (av. Faria Lima), utilizados para a veiculação de propaganda de inúmeras empresas.

No website de egoscópio, o público era convidado a participar de uma antibiografia, mapeando um ser sem nome, idade, nem gênero definido, um pós-sujeito descorporificado que não se reconhece em nenhum espaço que não seja o da telecomunicação.

Tratava-se de um personagem que vive no limite entre a arte, a propaganda e a informação, promovendo um estado permanente de desorientação e hibridismo desses termos.<sup>2</sup> Em uma frase, o público se relacionava, durante a teleintervenção, com um habitante da cidade global que se fazia por processos de passividade e interação, entropia e aceleração.

---

<sup>1</sup> <http://www.desvirtual.com/egoscopio/>

<sup>2</sup> Para uma amostragem da maneira como o egoscópio era revelado ao público, suscitando uma permanente confusão entre os limites da arte e da propaganda que permeia a cultura digital, consulte: <http://www.desvirtual.com/egoscopio/english/documentacao.htm>

Durante os 15 dias da teleintervenção, foram criadas situações em que o público era convidado a postar sites a partir de algumas questões: Como é o egoscópio? Qual o seu sexo? Idade? Do que gosta? A que restaurantes vai? Tem carro? Qual? Onde mora? Como é sua casa? O que faz depois do trabalho? Aliás, será que egoscópio trabalha? Que lugares frequenta? Tem vício(s), alguma perversão? O que lê, ouve? Quais são seus sites favoritos?<sup>3</sup>

Não era obrigatório responder essas questões com sites e a maioria dos participantes de fato não seguiu os roteiros pré-estabelecidos, acentuando o caráter de egoscópio como alter-ego da cultura urbana do século 21, um ser descorporificado, feito de fragmentos da publicidade, do consumo e do reprocessamento do que absorve e digere.

Assim que eram postados, os sites eram automaticamente convertidos em arquivos de vídeo e as imagens apareciam nos painéis, dispersas na grade cotidiana de anúncios, como se fossem propagandas comuns, prontas a modelar mais um fragmento de outros milhares de egoscópios que estão nas ruas, submetidos aos mesmos processos de interação e passividade de nosso protagonista.<sup>4</sup>

Simultaneamente, as imagens eram reenviadas ao público remoto por meio do registro de webcams que captavam o display do painel e transmitiam para a Internet seus resultados, permitindo uma curiosa e particular vivência em espaço híbridos e a experiência de participação em um projeto cujo pioneirismo rendeu à artista destaque no seletivo caderno de artes do jornal The New York Times.

Combinando ciberespaços e espaços urbanos, egoscópio foi revelado através de um processo de combustão e montagem planetária, centralizado na Web e que se realizou dispersamente na grade de programação de dois painéis eletrônicos, de 20 m2 cada, localizados na avenida Faria Lima, na cidade de São Paulo, em frente ao Shopping Center Iguatemi.

---

<sup>3</sup> Para conhecer a interface utilizada pelo público durante a teleintervenção, acesse <http://www.desvirtual.com/egoscopio/english/teleintervention.htm>

<sup>4</sup> Esquema da tecnologia implantada disponível em: <http://www.desvirtual.com/egoscopio/english/tec.htm>

Paradoxalmente, é apenas na Web, a mais fragmentária das mídias, o lugar em que é possível, por meio dos inputs recebidos e gravados em seu banco de dados, onde se alinham todos os mais de 3000 sites postados, ao longo dos 14 dias da teleintervenção, obter uma visão unificada de egoscópio.<sup>5</sup>

Contudo, as referências e registros que hoje nos dão idéia do que foi egoscópio não deverão nunca compor uma figura imaginária, como se fosse a imagem de um corpo feito por cut & paste. Como se disse, egoscópio é um pós-sujeito e, por isso, é não-ontológico, tem muitas faces e identidades, é múltiplo, fragmentado e distribuído.

Em síntese, egoscópio é um personagem mediado pela mídia. Uma personalidade disjuntiva de todos os outros corpos. Um signo, sintagma e paradoxo da arte pública gerada por e para os circuitos de telecomunicação, um projeto que objetivou interrogar o espaço cívico, pautado pela interconexão de redes on e off line, a partir de alguns sintomas:

- Exercícios de identidades múltiplas
- Operações plúriautorais
- Linguagens híbridas
- Nomadismo e desterritorialização
- Integração descontínua de mídias
- Open Public Streaming

Revisitando a documentação disponível no site, só podemos concluir: Done!  
Operação realizada com sucesso....

---

<sup>5</sup> A listagem completa dos sites enviados pelo público encontra-se em <http://www.desvirtual.com/egoscopio/english/lista.htm>

\*Resumo da conferência - apresentação realizada no II Foro de Arte Público, México DF, agosto 2003 – sala Siqueiros

Giselle Beiguelman é autora do premiado O Livro depois do Livro (1999). Entre seus trabalhos mais recentes destacam-se: Wop Art, para telefones celulares (2001), elogiado pela imprensa nacional e internacional, incluindo The Guardian (Reino Unido) e Neural (Itália), e arte que envolve o acesso público a painéis eletrônicos como Leste o Leste? e egoscópio (2002), resenhado pelos New York Times, entre outros. Seu trabalho aparece em antologias importantes e obras de referência devotadas às artes digitais on line como o Yale University Library Research Guide for Mass Media e Information Arts: Intersections of Art, Science, and Technology (S. Wilson, MIT Press, 2001). Participa dos principais eventos da área, em museus e centros de novas mídias como ZKM, Fundación Telefonica, Smart Project Space e MECAD entre outros congressos e simpósios internacionais. É professora da pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP e do curso de Tecnologias e Mídias Digitais da mesma universidade. É editora da seção novo mundo de Trópico e colaboradora da Leonardo, Iowa Web Review e Cybertext, entre outras publicações.  
Site: [www.desvirtual.com](http://www.desvirtual.com)