



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Arte e Artífício, de Duchamp às *Fake News*: Poética *Prankster* na Era do Consumo¹

Guilherme Almeida² e Rodrigo Maceira³

Graduando ESPM-SP e doutorando PGEHA-USP

Resumo

O artigo investiga as relações entre as matrizes poéticas do ativismo *prankster* e as *fake news*. Encontra, em Duchamp, um ponto de partida simbólico para o levante que guiará parte importante do ativismo artístico do século XX contra aquilo que Horkheimer (1947/2012) chamou de razão subjetiva. Olha atentamente para a aproximação do *prankster* com as mídias e reconstitui, a partir do entendimento da hiper-realidade de Baudrillard (1981/1995), a consolidação das condições para a precessão do *prank* sobre o real e, mais recentemente, o fenômeno da pós-verdade. Nesse percurso, pontua a contribuição dos dadaístas e, particularmente, situacionistas para a compreensão da recuperação de uma poética que, em seu momento, nasceu como estratégia de resistência contra-hegemônica, mas, diante da escalada da artificialização da razão e da reprodutibilidade algorítmica, viu-se integrada à sedução do espetáculo.

Palavras-chave: *prank*, poética *prankster*, era do consumo, arte, ativismo.

Paródias da razão

A repercussão da investida de Duchamp contra o sistema da arte, em 1917, quando o artista inscreve *Fonte* no salão dos independentes, usando o pseudônimo R. Mutt, em homenagem ao nome de uma loja de mictórios, é tida, dentro e fora das teorias da arte, ou do fim dela, como marco da cultura ocidental (PAZ, 2014; RANGEL, QUEIROZ, 2018; SÜSSEKIND, 2017; TOMKINS, 2013).

Ao submeter um objeto industrializado, uma não obra de arte, à avaliação de um júri do qual é parte, Duchamp torce sua própria trajetória poética, promove o *readymade* e arma uma pegadinha para a cena cultural de Nova York. A estratégia colocava em xeque a linearidade do sistema da arte moderna que, de acordo com Cauquelin (2004), operava o fluxo artista–marchand–mercado. Ainda de acordo com a autora de *Arte contemporânea: uma introdução*, o regime linear da arte moderna alcançara seu ápice entre o final do século XIX e o começo do século XX, momento em que os artistas teriam se emancipado do mecenato real, escoando

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT05 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Graduando em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda (ESPM-SP). guica.almeida@gmail.com

³ Doutorando em Estética e História da Arte (PGEHA-USP) e professor da ESPM-SP. rodrigo.maceira@espm.br



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

sua produção para um mercado cada vez mais guiado por um *ethos* burguês e para o consumo na era da reprodutibilidade técnica.

Duchamp provocou um curto no circuito. Fez da sua não obra uma notícia e, a partir dela, tornou-se espécie de *marchand* de si mesmo, impulsionando o deslocamento do eixo da arte ocidental, da Europa, particularmente Paris, para Nova York, na América (TOMKINS, 2013). A partir do seu elegante ataque ao mundo das artes, capturando e parodiando a “ética romântica e o espírito do consumismo moderno”, Duchamp despeja a arte do plano da pureza para os vícios mundanos, e senta as bases conceituais que fariam dele um dos artistas mais acessados, e cultuados, do século XX.

Existem, é lógico, diversas conquistas formais importantes por trás da poética registrada por Duchamp, e para discuti-las estão as centenas de trabalhos escritos sobre o maior representante do dadá estadunidense e seu legado para o conceitualismo e as várias manifestações de uma arte que conferiu protagonismo inédito à ideia sobre o meio e a materialidade da obra (FREIRE, 2006; TOMKINS, 2013). Um desses feitos, no entanto, servirá particularmente de substrato para a principal hipótese que trabalharemos neste artigo: o criador de *Roda de bicicleta* teria consagrado a paródia da razão, a tensão da verdade e, no limite, a mentira, como potente artifício para o processo criativo e seu consumo midiático.

Para além da óbvia crítica que o *readymade* dirige à tradição estética idealista (CAUQUELIN, 2004; GRANÉS, 2012), este texto entende que o levante duchampiano mirava também, e talvez principalmente, o próprio projeto do pensamento racional burguês moderno. Em outras palavras: ao inscrever uma arte que não era arte (ou era?), assinada por um artista que não existia (ou existia?); ao julgar uma arte que não era sua (ou era?), recusando-a, e, finalmente, ao denunciar a “independência” de uma associação de artistas que, ao final e ao cabo, demonstrava-se ainda contaminada pelos valores do sistema dominante, Duchamp teria duvidado dos próprios fundamentos do conhecimento racional e iluminado que, paradoxalmente, convivia com a primeira guerra de proporções mundiais da História.

Horkheimer (1947/2015), no capítulo “Meios e fins”, de *Eclipse da razão*, proporrá uma genealogia da razão, apontando dois desenvolvimentos gerais para o entendimento e para aplicação do pensamento racional no homem ocidental. De um lado, dirá o autor, estaria a crença numa razão absoluta, pura, universal, exercitada para além da vontade de cada ser humano. Tal interpretação da razão seria rastreada nos sistemas filosóficos de Platão e Aristóteles, na Antiguidade, e teria experimentado, na Modernidade, um retorno com o idealismo alemão. De acordo com o autor, que, ao lado de Adorno (1944/1985), antecipara sua reflexão em *Dialética do esclarecimento*, a perspectiva desses sistemas correspondia à concepção de uma **razão objetiva**, isto é, ao entendimento de que a razão seria soberana, transcendental, permanente, alheia às perturbações que confundem os sentidos do homem.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Na outra ponta, tida como produto da emergência de um discurso burguês pela tolerância ao longo da toda a Modernidade (HORKHEIMER, 2015, p.27), e muito acentuada pelas revoluções norte-americana e francesa, do século XVIII, e pela ideologia do Iluminismo, estaria a **razão subjetiva**, orientada por certa conveniência, pela aliança que o indivíduo, ou grupo de indivíduos, administra entre meios e fins. A razão subjetiva seria uma razão teleológica, que se move e se justifica por propósitos. Ser racional, nesse sentido, seria mobilizar meios capazes de entregar fins desejados, e a razão subjetiva flutuaria de acordo com os propósitos pelos quais se guia.

Em sua análise sobre o arco da razão ocidental, da *objetiva* para a *subjetiva*, Horkheimer (2015) sugere que a faculdade humana da racionalidade teria saído prejudicada, na medida em que já não buscaria garantir valores transversais e comuns, negociando-os numa escala relativista e relativizadora. Nesse uso da razão, Horkheimer (2015) reconhece uma profunda instrumentalização daquele que um dia fora “um órgão de percepção da verdadeira natureza da realidade e da determinação dos princípios orientadores de nossas vidas” (ibid., 2015, p.26):

Abrindo mão de sua autonomia, a razão tornou-se um instrumento. No aspecto formalista da razão subjetiva [...] enfatiza-se sua falta de relação com o conteúdo objetivo; no seu aspecto instrumental, acentuado pelo pragmatismo, enfatiza-se sua rendição a conteúdos heterônimos. A razão foi completamente mobilizada pelo processo social [...] Os conceitos eliminam o incômodo de enumerar qualidades e, assim, melhor se prestam a organizar o material do conhecimento. [...] tornaram-se dispositivos “otimizados”, racionalizados, poupadores de trabalho. (ibid, 2015, p.29)

A leitura de Horkheimer (2015) sobre o eclipse da razão certamente mereceria comentários pontuais, e mais longos, num trabalho dirigido à obra. Aqui, interessa-nos na medida em que nos ajuda a compreender, ao menos como recurso teórico para organização de procedimentos de análise, que razão seria aquela contra a qual Duchamp e, com ele, toda uma linhagem de artistas, dirigiria sua poética.

Duchamp, *prankster*

Ao entender que a poética inaugurada por Duchamp disparava contra a “sociedade racional burguesa”, na qual se inseria o sistema da arte moderna, há de se considerar justamente a razão subjetiva criticada por Horkheimer (2015). Uma razão constituída de ideias “automáticas, instrumentalizadas” (ibid., p.30), operada por uma linguagem “reduzida a apenas outra ferramenta no gigantesco aparato de produção na sociedade moderna” (ibid., p.30). Ainda de acordo com o filósofo do Instituto de Pesquisa Social da Teoria Crítica, no marco da razão subjetiva, “operações lógicas complicadas são levadas a cabo sem a execução efetiva de todos os atos intelectuais sobre os quais se baseiam os símbolos matemáticos e lógicos”, e o pensamento recuaria diante da necessidade de se justificar o funcionamento da sociedade industrial produtivista. “Tal mecanização”,



completará Horkheimer (2015, p.31), “é, de fato, essencial para a expansão da indústria; mas [...] se a própria razão é instrumentalizada, ela assume certa materialidade e cegueira, torna-se um fetiche”.

Com *Fonte* e em diversos trabalhos e atuações dos quais falaremos a seguir, artistas, muitas vezes convertidos em combatentes irônicos da razão subjetiva, estarão mais livres para lançar mão do trote, do truque, das pegadinhas, da piada, do jogo, do embuste, da troça, da burla, da falsificação, da armadilha e de todo o arsenal de recursos de construção de linguagem – e, portanto, de discurso – que, em *Pranksters: making mischief in the modern world*, McLeod (2014) chamará de “art of pranking”.

O alvo desses *pranks*, desenvolveremos, será a própria *razão*, ou, melhor, a desmistificação de verdades que se apoiam sobre ela. De outro modo: teria havido, ao longo do século XX, o século que assistiu às duas guerras mundiais, diversas ondas de choque (MORIN, 1975/2009) movidas pela determinação de desvelar a falência da ideologia do esclarecimento e, assim, demonstrar a profunda subjetividade a sustentar a suposta objetividade reivindicada pelas grandes narrativas modernas, amparadas sobretudo pela ciência e pela técnica.

McLeod (2014, p.5): “if reduced to a mathematical formula, the art of pranking can be expressed as Performance Art + Satire X Media = Prank. Put Simply, pranks are playful critiques performed within the public sphere and amplified by media”. Justamente a dependência do *prank* em relação à repercussão midiática é que guiará a seleção dos episódios reunidos neste artigo. Tal como aconteceu com Duchamp, nos exemplos que serão elencados, a mídia completou a fórmula do trote, noticiando e espalhando seus efeitos sobre as grandes narrativas a que se contrapunham, e, assim, permitindo que o trote fosse gradualmente – e no longo prazo – vivido, e apreendido, como exercício *razoável*, como simulacro capaz de substituir a própria falsa verdade que ele haveria de parodiar.

A investigação de McLeod (2014) sobre personagens do mundo moderno que, por colocar de algum modo, “trucaram” com a ordem das coisas, ressoa uma passagem de *Eclipse da razão* na qual, ao falar dos simbolistas franceses, Horkheimer (2015) nos ajuda a vislumbrar a linha a conectar, enquanto poéticas – fazeres criativos dotados de lógicas de linguagem –, a ironia de Duchamp e a trapaça das *fake News*:

Os simbolistas franceses tinham um termo especial para expressar seu amor pelas coisas que perderam sua significância objetiva: “spleen”. A arbitrariedade consciente e desafiadora na escolha dos objetos, sua “absurdidade”, “perversidade”, revela, como que por um gesto silencioso, a *irracionalidade da lógica utilitária*⁴, que é jogada na cara a fim de demonstrar sua inadequação em relação à experiência humana. E ao tornar consciente, por meio desse choque, o fato de que ela esquece o sujeito, o gesto expressa ao mesmo tempo a dor do sujeito diante de *sua incapacidade de alcançar uma ordem objetiva*. (HORKHEIMER, 2015, p.47)

⁴ Grifo dos autores.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Se a citação caberia para invocar o giro na trajetória artística de Duchamp, e descrever os *readymades*, serviria igualmente para pensarmos na *crítica à razão subjetiva* ou, para usar a expressão que Lyotard (1979/2004) cunhará ao pontuar a pós-modernidade, na *diluição das grandes narrativas da modernidade*, levadas adiante por artistas do Dadá Berlim, pelos letristas franceses, pelos situacionistas, pelos provos holandeses, pelos yippies de Nova York, pelo artivismo solitário de Joey Skaggs e por muitos e muitos outros artistas, coletivos, ou mesmo instituições, que escolheram colidir com o discurso hegemônico, *utilitário*, de um mundo melhor e racionalizado pela ciência e suas conquistas técnicas.

O desvio de sentido como boicote à verdade utilitarista da sociedade de consumo

Em *Sociedade do Espetáculo*, Debord (1967/2012), que, ao lado dos situacionistas, consagrou-se como referência teórica de expoentes *pranksters* do século XX (BRONNER, 2014; MARCUS, 2009), aponta a “mentira sem contestação” como uma das principais características da “sociedade modernizada” e espetacular. De acordo com o autor, estaríamos rodeados de imagens falsificadas e falsificadoras da realidade. A farsa da arte, da religião, da ciência, da indústria, da propaganda, da mídia e, com o nome que recebeu recentemente, as *fake news*, ou farsa da notícia – que, veremos, não são exatamente uma novidade contemporânea.

Parece ser esta, portanto, a principal motivação da poética *prankster* que se desenvolverá ao longo do século passado: nossa vida cotidiana, patrocinada pela lógica teleológica da razão subjetiva, atende ao chamado da circularidade de uma produção e de um consumo que, em última instância, sustentam verdades convenientes, verdades tidas enquanto tal na medida em que, na perspectiva de uma crítica marxista (DEBORD, 2012; JAPPE, 2006), garantem a circulação da forma mercadoria, que é o motor do sistema.

Alonso (2006), por sua vez, pontuará, em *La era del consumo*, que tanto a crítica marxista à vocação alienadora do consumo quanto o elogio liberal ao livre exercício da subjetividade supostamente assegurado pela prática teriam se tornado insuficientes para explicar o desenvolvimento do fenômeno do consumo cujas bases remontariam à revolução tecnológica do final do século XIX. O consumo moderno, na perspectiva do autor, deveria ser considerado “como uso social [...] como forma concreta, desigual y conflictiva de apropiación material y utilización del sentido de los objetos y los signos” que são produzidos “en un campo social, por parte de grupos sociales con capitales (económicos, simbólicos, sociales, culturales) distintos y desde posiciones sociales determinadas por el proceso de trabajo” (ALONSO, 2006, p.31).

O entendimento de Alonso (2006) em relação à dimensão do consumo, tomado como circuito de usos e significados, é, nesses pontos, muito próximo àquele que Baudrillard (2011) proporá em *A sociedade de consumo*. Ali, o filósofo francês, extrapolando sua crítica da cultura para além da materialidade da mercadoria,



tratará do consumo como processo de produção simbólica do real: consumir é adquirir signos e confundir-se com seus significados.

A poética *prankster*, que neste texto tem simbolicamente Duchamp na dianteira, interfere justamente no uso social naturalizado dos objetos e dos signos para denunciar seu vazio, ou melhor, para mostrar que os *significados* desses *usos* são tão últimos quanto provisórios, e que apenas uma razão subjetiva daria conta de disfarçar sua arbitrariedade objetiva.

Para a poética *prankster*, o trote será tão mais válido quanto maior sua repercussão midiática (McLeod, 2014). E o *prankster* terá cumprido a missão que se coloca quando ouvir da plateia o riso que ameaça os próprios sentidos que ela consagra em sua rotina de consumo. Ao atentar contra os sentidos socialmente compartilhados e negociados via *objetos utilitários*, e reconhecendo-os como arbitrários, o *prankster* desafia a estabilidade de um sistema de relações sem fundamentos objetivos.

Ainda conforme propõe *La era del consumo*, o século XX, marcado principalmente por um antes e um depois da segunda guerra, conheceria diferentes fases da sociedade de consumo: das mudanças de comportamento, da composição da família e dos códigos de vestuário, da busca pela liberação sexual dos anos 1960 até a fragmentação dos grupos e das ideologias que pautavam formas de vida, com a emergência de novas subjetividades e de um novo consumidor na pós-modernidade, entre o final da década de 1980 e os anos 1990. Nesse trânsito, Alonso (2006, p.100) destaca a manifestação crescente de diversos movimentos organizados contra o consumo excessivo e “las catástrofes alimentarias, los temores ante la experimentación genética, el volumen de accidentes de todo tipo, del deterioro ecológico”. Muitas dessas demandas estiveram, veremos, entre os alvos das poéticas que buscaram escancarar o avesso das narrativas que celebraram a aliança entre técnica, progresso e consumo, da alta modernidade até o período mais recente do capitalismo tardio.

De forma sucinta, seriam essas, portanto, as condições que, na Modernidade, teriam favorecido a multiplicação da “art of pranking”. A escalada do consumo teria, como condição, a renovação permanente do sentido utilitário dos signos que coloca em circulação. A justificativa para esses sentidos buscaria a legitimação da técnica e da ciência (“os avanços da tecnologia”, “as inovações revolucionárias” etc.). Como efeito colateral dessa “substituição planejada” de sentidos e significados, descobrir-nos-íamos, paradoxalmente, diante da relativização da razão – os sentidos parecem sempre relativos, sujeitos à lógica da conveniência do mercado tecnocrata – e da desautorização da primazia da técnica sobre a organização da vida social.

Herdeiros do *prank*, hackers da verdade

O breve resgate de *pranksters* proposto a seguir, ao relacionar nomes, busca estabelecer conexões que ilustrem um possível percurso para a arte do *prank* (*técnicas de criação do prankster*) no século XX, sem, com



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

isso, reivindicar que um movimento precedente necessariamente contivesse o subsequente. Aqui, o que se busca é demonstrar como certas experiências viabilizaram outras e criaram as condições materiais e simbólicas para o desenvolvimento de sensibilidades que operariam numa etapa seguinte.

A hipótese de que Duchamp e o dadá teriam iluminado o trote como moldura para uma poética que se multiplicaria século XX adentro, entende, como explicamos, que o apropriador do urinol apontava para um século no qual a industrialização, a urbanização, a alfabetização e a escalada dos meios técnicos tratariam de infestar a cultura com *verdades* em escalas progressivas. Na esteira do inventor do *readymade* e em resposta à crise de confiança nas instituições que advogavam por essas verdades, diversos movimentos, grupos, coletivos de artistas e ativistas reconheceriam a *mentira* como estratégia de linguagem para relativizar, testar e colocar à prova as grandes verdades que, na sociedade moderna de consumo, buscaram organizar a estrutura social e suas relações de poder.

Em sua origem, no latim *mentiri*, mentira tem o radical *mens*, que significa inteligência, discernimento (CUNHA, 2007). Para além do significado de enganar, mentira é também negar uma ideia, ou exagerar outra. É tomar por real o inventado e, nesse sentido, se aproxima da raiz *fingere*, tão presente no conceito atual de ficção. Fingir é sempre um gesto intencionado. Fingir, entenderiam artistas e ativistas herdeiros de Duchamp, seria uma estratégia para resistir às imagens falsificadas em circulação nas arenas do consumo.

Desde o Dadá que surgira no Cabaret Voltaire, em Zurique, em fevereiro de 1916, os artistas associados ao movimento tornaram-se internacionalmente conhecidos pela desconstrução que operaram sobre os processos criativos tradicionais na história da arte, reprogramando a palavra e o corpo; redescobrimo mídias primitivas, como as máscaras; experimentando meios novos, como a fotografia, e, finalmente, importando diversas referências do emergente design industrial e da publicidade, aproximando, assim, numa proposta que timbraria parte substantiva das escolhas artísticas de todo o século XX, arte e vida cotidiana (GOLDBERG, 2012).

No percurso que levaria a arte ao encontro da vida comum na cidade moderna, com seus ritos e avalanche de símbolos compartilhados, em meio a um contexto de produção e circulação sígnica cada vez mais centralizado, os artistas do Dadá Berlim apontaram para os mecanismos sobre os quais se apoiava a racionalização de uma vida social orientada à guerra, à produção industrial e ao consumo (BRONNER, 2014; WHITE, 2013). Nas palavras de Marcus (2009, p.225), em *Lipstick Traces*, “all they shared was the conviction that world they were asking to accept was false”.

Baader foi uma das figuras mais excêntricas do Dadá Berlim. Dispensado do serviço militar e da primeira guerra devido à depressão e a supostos problemas mentais, o ex-arquiteto planejou uma das primeiras



performances das quais temos notícia (MARCUS, 2009; WHITE, 2013). Em novembro de 1918⁵, Baader interrompeu uma missa celebrada na Catedral de Berlim, encarnando o “Oberdada”, para se infiltrar no altar, anunciar a morte de Deus e criticar os fiéis por zombarem de Cristo (MARCUS, 2009, p.291). O episódio, conhecido como *You don't give a damn about Christ*, escandalizou Berlim e contribuiu com a fama temporária da figura do Oberdada, noticiada em diversos jornais do país. Com o trote, o pastor dadá, como definiu o também dadaísta Huelsenbeck (MARCUS, 2009, p.291), atacava antes a igreja que a religião, e optava por falsificar uma missa para expor a falsidade das missas regulares que se valiam da fé para mistificar alemães no contexto de uma Alemanha em guerra.

Dois anos mais tarde, em sua obra *The Great Plasto–Dio–Dada–Drama: Germany's Greatness and Decline at the Hands of Schoolmaster Hagendorf, or The Fantastic Life of the Superdada*, de 1920, Baader construirá uma estranha escultura, repleta de títulos, slogans e pilhas de jornais, com a qual buscará parodiar as frequentes exposições sobre a primeira guerra e desconstruir o jornal e a imprensa como fontes de reconstituição histórica. Comentando o episódio, Hoins (2017) explica:

“The World War is a newspaper war. In reality, it never existed,” Johannes Baader proclaimed in 1920 in the *Dada Almanach*, with regard to his assemblage the *Plasto Dio–Dada–Drama*. “So one should never believe newspapers. It’s all eyewash. From the first reports of the mobilization, to Liège, the Battle of the Marne, the retreat from Russia and the armistice – the press has created the World War” (ibid, 2017, p.1).

Para Marcus (2009, p.294), as incursões e experimentações de Baader eram uma “convolution of farce, satire, practical joke, insanity, faith, alienation, and revolt; a convolution of the personal, the historical, the religious, the cultural, and the political that cannot be untangled”.

Quase 30 anos após a *fake mass* dadaísta, em abril de 1950, quatro jovens franceses *hackearam* a missa de um domingo de Páscoa em Paris (GRANÉS, 2012; MARCUS, 2009). Michel Mourre, jovem de 22 anos vestido de monge dominicano que subiu ao altar para ler um sermão, acusar a igreja católica de “dispersar nossa força vital em nome de um paraíso vazio” e novamente anunciar a morte de Deus, era parte do grupo de letristas que se havia organizado ao redor da figura do romeno Isidore Isou.

De acordo com Marcus (2009, p.296), “não há razão para pensar que Mourre ou Berna sabiam sobre o que Baader fizera”, mas, na perspectiva do autor de *Lipstick traces*, as semelhanças nos permitem pensar que “Baader tinha cobrado uma dívida junto à história” e que “se os quatro jovens de Notre-Dame não chegaram perto de quitá-la, eles certamente trouxeram-na de novo para o jogo”. Tal dívida, insistimos, diz respeito à

⁵ Existem divergências em relação à data.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

paternidade sobre o *prank*, sobre um tipo de ativismo artístico cuja poética, como em Duchamp, buscava relativizar o relativo, despir a “verdade” que, nua, se descobriria negociada ao preço da sua própria falsificação.

O Letrismo, movimento do pós-guerra francês, partira da crença na revolução pela palavra e aportara num projeto de vida boêmia, oposta à rotina de produção que regulava a reconstrução das cidades e economias europeias no pós-Segunda Guerra (GRANÉS, 2012). Para efeito deste artigo e do rastreamento dos caminhos da arte e do ativismo *prankster*, os letristas interessam-nos particularmente por serem conhecidos como antecedentes da *Internacional Situacionista*, grupo de neovanguarda que, entre práticas e publicações, é reconhecido como o primeiro a sistematizar, teoricamente, intervenções sobre a mídia de massa, com o objetivo de desestabilizar seus sentidos e, centralmente, a autoridade discursiva dos meios de comunicação de grande alcance (GRANÉS, 2012; JAPPE, 2014).

Em “*Détournement* como negação e prelúdio”, ensaio publicado no número 3 da *Internationale Situationniste*, em 1959, os situacionistas escreverão que o *détournement*, ou desvio – a prática de recombinar os elementos de um determinado enunciado a fim de refundar seus significados –, “é, assim, primeiro de tudo, a negação do valor da organização prévia da expressão” (apud KNABB, 2006, p.67). Enquanto negação, o *détournement* compartilha da vocação da mentira, mas avança em relação a ela – e isso aparece em ensaio anterior, “Guia de uso do *détournement*”, de 1956: enquanto “estágio paródico-sério em que a acumulação de elementos desviados, longe de almejar indignação ou riso, aludindo a algum trabalho original, expresse nossa indiferença em relação a um original sem sentido e esquecido, e se preocupe em traduzir certa sublimidade” (DEBORD; WOLMAN, 2006, p.15–16).

Como assistimos entre os simbolistas e em Duchamp, estamos novamente diante de um “original sem sentido”, que deve ser *desviado*, e da crítica à lógica oscilante e ambígua da razão subjetiva operante na sociedade de consumo de imagens. A prática correspondente ao *détournement* situacionista levou diversos de seus seguidores a interferir em meios de massa – *comics*, programas de rádio, filmes (GRANÉS, 2012; PLANT, 2008) –, movidos pela vontade de parodiar suas emissões e, como é comum a toda poética *prank*, explicitar a arbitrariedade da verdade por trás dessas grandes narrativas midiáticas. Por destacar um desses episódios, pela antecipação que fará da rebelião estudantil na gênese de maio de 68, lembramos dos *flyers* distribuídos na Universidade de Strasbourg, em 1966, com o anúncio do retorno da coluna anarquista espanhola Durruti Column (VAGUE, 2012). O *flyer* aplicava balões de diálogo sobre imagens *espetaculares* do *western* hollywoodiano e acusava a universidade de censurar a pulsão criativa e os desejos dos estudantes (VAGUE, 2012).

Nos Estados Unidos, o espírito situacionista que, de acordo com os próprios franceses, já se insinuara entre os beatniks anos antes (VAGUE, 2012), ganhará notoriedade na atuação de grupos de matrizes hippie. É o caso dos *diggers*, em São Francisco, e dos *yippies* de Nova York. Estes últimos, abreviação para Youth



International Party, invadiram as páginas dos jornais com suas paródias que atacavam a “falta de sentido” na política contemporânea e no sistema que financiava o espetáculo. Em 1967, Hoffman, que viria a ser um dos mentores do yippies, aproveitou uma visita monitorada à bolsa de Nova York, para acessar a varanda do edifício e lançar notas de dólares, falsas e reais, entre os comerciantes e pedestres da rua. *Prankster*, Hoffman falsificava o dinheiro para lembrar sobre o significado fictício de um papel-moeda (GRANÉS, 2012; HOFFMAN, 2012).

Entre todos os artistas e ativistas que viriam a se inserir na linha do tempo da poética *prankster*, entre os muitos herdeiros de Duchamp, do desvio situacionista e do trote contra a espetacularização do real, talvez nenhum tenha sido maior, no que diz respeito ao uso da mídia contra a mídia, que Joey Skaggs.

Estudante de arte oriundo do subúrbio de Nova York, Skaggs cultivara, desde cedo, o sonho de ser descoberto por alguém capaz de catapultar sua carreira artística (ART, 2015). Em 1968, após satirizar as visitas da classe média nova-iorquina ao East Village, em busca dos hippies, criando um ônibus de tour que propunha justamente o inverso, levar os hippies para conhecerem a vida média da cidade, o artista, tendo conquistado a cobertura da mídia, dar-se-ia conta de que *sua arte era fabricar notícias, criar fatos capazes de atrair a atenção do espetáculo midiático norte-americano* (ART, 2015).

Em seu currículo, Skaggs coleciona uma série de situações e episódios fictícios criados com o único propósito de tensionar a credibilidade dos grandes veículos e da mídia de massa. Em 2015, em entrevista ao documentário *The art of the prank*, do diretor Andrea Marini, o artista explicou assim sua poética: “I decided to have a relationship with the news media, where they were not just reporting on me, but I was reporting on them”.

Em 1976, Skaggs anunciou um bordel para cachorros em Nova York, na seção de classificados do *Village Voice*, e, com a mentira, chegou a ser incluído num documentário premiado com o Emmy (ART, 2015). Com o auxílio de um amigo, Skaggs produziu vídeos com “imagens do bordel”, que foram mostradas pela WABC TV e pautadas em debates televisivos (ART, 2015). Em 1981, em outro *prank*, Skaggs apresentou-se como o entomologista Dr. Josef Gregor, e convocou uma coletiva de imprensa para falar sobre os avanços de uma experiência laboratorial que desenvolvera baratas resistentes a toxinas e à radiação. No encontro, Skaggs e equipe explicaram que usavam hormônios desses animais na cura de doenças em seres humanos. A farsa lhe garantiu participação num noticiário televisivo ao vivo, na WNBC.

A precessão do *prank*

Ao longo do século XX, particularmente em sua segunda metade, com a expansão da comunicação de massa e da era das imagens, o componente “media” da fórmula sugerida por McLeod (2014) para a compreensão da “art of pranking” atrairá, vimos acima, atenção cada vez maior dos *pranksters*, num movimento muito parecido àquele que valeu um ensaio crítico de Debord (apud KNABB, 2006) aos provos e que, em outra



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

oportunidade, chamamos de “espetacularização da crítica” (MACEIRA, 2014). No caso das provocações dos provos, na Holanda, Debord (apud KNABB, 2006) dirá que a aventura do jogo por trás das ações dos jovens holandeses – e a diversão estimulada pela lógica do consumo hedonista da sociedade do espetáculo – teriam secundarizado seu potencial transformador. O principal nome da Internacional Situacionista chamaria esse processo de *recuperação*.

Em sintonia com a leitura de Debord (2012) sobre a sociedade do mundo ocidental pós-68, mas com elementos que nos ajudam esquadriñar a recuperação da poética *prankster* na contemporaneidade, permanece atual a discussão de Baudrillard (1981/1991) sobre a precessão dos simulacros no contexto pós-moderno. Em sua famosa colocação sobre a perda de contato entre o mundo representado, *reapresentado* por meio de signos, e uma eventual realidade, entre a fase do simulacro e o real, Baudrillard (1981/1991) lançou mão da noção de hiper-realidade. Com ela, quis dar conta de uma espécie de mundo simbólico de terceiro grau, quer dizer, de um modo de interação entre sujeitos, e entre sujeitos e mundo, operante numa camada acima daquela que afasta a realidade dos signos que a representam. Na hiper-realidade baudrillardiana, viveríamos em meio a simulações que ignoram a *utopia* que, na representação, quer crer na equivalência entre “signo” e “real”: “a simulação, ao contrário da *utopia*, do princípio de equivalência, parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência” (BAUDRILLARD, 1991, p.13).

O sociólogo e filósofo francês entende que, nas sociedades ocidentais contemporâneas, em face à sobressaturação *de e dos* signos – em grande medida associada à enorme interferência dos meios de comunicação de massa sobre as formas de organização social e do imaginário –, teríamos perdido o lastro do real, cuja repercussão sobre a vida já pouco se faria notar. No modelo teórico do autor de *A sociedade de consumo*, sob a lógica da simulação – “fingir ter o que não se tem” (ibid, 1991, p.9) –, encontrar-nos-íamos num território de signos sem qualquer compromisso com os signos que quiseram reproduzir o real. A sombra da sombra da caverna de Platão. Em seu diagnóstico, o simulacro precederia qualquer rastro do real, e nele o sujeito contemporâneo experimentaria sua existência.

O cenário imaginado por Baudrillard (1981/1991) oferece pistas importantes, no contexto deste artigo, sobre a *precessão do prank sobre o real*. É dizer: em algum momento, o trote passaria a ser vivido no lugar daquilo – supostamente real, verdadeiro – que o mesmo trote quis falsificar. Exatamente como quando, nos *pranks* midiáticos de Skaggs (ART, 2015), produtores, jornalistas, âncoras e audiência de programas televisivos estadunidenses viveram a farsa do *prankster* como verdade. Uma farsa encenada para escancarar que absolutamente nada impedia as notícias emitidas diariamente de serem igualmente falsas. Skaggs (ART, 2015): “a media reality is not necessarily a reality”.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A artificialização da razão e a pós-verdade

Ao longo de sua trajetória, os *pranks* foram utilizados para enganar a própria mídia, levá-la ao limite do absurdo verossímil e à publicação de matérias falsas, com impacto direto sobre os atores envolvidos: jornalistas viram-se obrigados a refletir sobre o rigor do *fact-checking*, e o público, sobre a suposta inviolabilidade da imprensa. Na era dos simulacros, a vocação satírica do *prank* (MCLEOD, 2014), comentamos, perdeu alcance: a forma do trote, e a diversão que oferece, passou a prevalecer sobre os sentidos que ele mobiliza, ou melhor, o próprio trote passou a ser o sentido.

É nesse contexto que a Oxford Dictionaries (2016) escolheu “*post-truth*” – ou “pós-verdade” – como palavra do ano de 2016, colocada em pauta com a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, e a saída do Reino Unido da União Europeia (OXFORD DICTIONARIES, 2016). Nela, o prefixo “pós” não se refere a posteridade, a tempo, senão, como em Baudrillard (1981/1991), à superação de uma verdade a ser lastreada: o debate político, sobre o bem comum, não dependeria mais de fatos. Noticiários alternativos, sem compromisso algum com a realidade, teriam ganhado força e poder de influência (SUBRAMANIAN, 2017).

Houve quem enxergasse na precessão do trote, e na “simulacrosfera”, um terreno fértil para um novo negócio: as *fake news*. Para jovens com menos de 20 anos, na pequena cidade de Veles, na Macedônia, propagar notícias falsas, como fizera Skaggs nas décadas de 1970 e 1980, mas, agora, *na era da reprodutibilidade algorítmica* e das máquinas inteligentes, tornara-se a nova corrida pelo ouro (SUBRAMANIAN, 2017).

Reportagens do *The New Yorker*, *WIRED*, *The Guardian* e outros veículos identificaram este “mercado” no país balcânico, que contava com o registro de mais de 100 sites pró-Trump (SUBRAMANIAN, 2017). A região enfrentava uma taxa de desemprego que girava em torno de 24% à época das eleições norte-americanas. Os jovens macedônios passaram, então, a reproduzir notícias falsas cujos acessos eram monetizados com espaços de publicidade (SUBRAMANIAN, 2017) e, assim, trataram de atualizar a fórmula de McLeod (2014) para o *artifício* do *prank*. Para além da mídia e da visibilidade, as performances desses meninos suburbanos buscavam, antes que parodiar o sistema, convertido ele próprio em puro pastiche do real, **rentabilizar** o trote.

Ainda em seu *Pranksters: making mischiefs in the modern world*, McLeod (2014) narra outro episódio que muito aporta à compreensão da mudança no consumo de informação e à leitura do atual estado de proliferação das notícias falsas e do fenômeno da pós-verdade. Ao referir-se à explosão do acesso à informação decorrente da introdução da imprensa, o autor conta que:

Jean Hardouin, for example, was fairly certain that everything everyone else knew was a lie. The Jesuit scholar, who lived from 1646 to 1729, wrote a head spinning magnum opus title *Ad Censuram Scriptorum Veterum Prolegomena*. It asserted that the vast majority of classical Greek and Roman art, coins, and written histories were outright fabrications. [...] The Jesuit scholar’s revisionist history was a desperate attempt to tame the contradictory range of ideas that erupted from print culture. Hardouin reacted to this information overload by forging order out of chaos. [...] His ideas



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

are nearly identical to contemporary conspiracy theories – which can be understood as explanatory narratives that arise in response to a complex unstable world. (MCLEOD, 2014, p.26)

O caso Hardouin entrega pistas importantes para explicar, ao menos em parte, o sucesso das *fake news*. Ao tomar contato com informações conflitantes com nossas próprias convicções, lançaríamos mão de narrativas mais simples, capazes de preservar nossas visões de mundo. A grande diferença entre Hardouin e nosso tempo, fruto de outra revolução técnica, a terceira revolução tecnológica (ALONSO, 2006), é que, na contemporaneidade, a produção e disseminação de conteúdo teriam alcançado escala inédita – o volume de dados mundial dobra a cada dois anos (IDC, 2014) –, e a simplificação das narrativas estaria a cargo de máquinas dotadas de inteligência artificial. Alimentados com as preferências e padrões de comportamento de usuários, softwares passaram a ser programados para exibir, confirmando a lógica da razão subjetiva por trás das “bolhas” das redes sociais, informações disponibilizadas sob o critério da *conveniência*, e não de *relevância*, como muitas vezes já se quis fazer parecer. A artificialização da inteligência seria, para espanto de Horkheimer (2015), uma *subjetivização* sem precedentes da razão.

Há uma explicação biológica por trás dessa reação ao excesso de informação e da conveniência dos algoritmos. De acordo com Martin Eppler e Jeanne Mengis (2004), é possível estabelecer uma correlação entre a qualidade de raciocínio e quantidade de informação exposta. Em artigo, demonstram que a nossa capacidade de decisão melhora com mais informações disponíveis, mas piora equivalentemente com o excesso delas, formando uma curva em U inverso. A sobressaturação nos leva à confusão, afeta negativamente a capacidade de estabelecer prioridades e de lembrar informações passadas (EPPLER; MENGIS, 2004, p.326). Daí, novamente, a conveniência da “curadoria” algorítmica.

Um dos pioneiros no debate sobre inteligência artificial, Jaron Lanier (1995) – que cunhou o termo “realidade virtual” –, escrevia com ceticismo e cautela sobre o assunto, já na década de 1990. Em seu artigo “Agents of Alienation”, de 1995, o filósofo e cientista da computação tratava dos programas de I.A. autônomos chamados ‘agents’, que entenderiam o usuário por meio do convívio, até adquirir a capacidade de sugerir conteúdo; o que, na perspectiva do autor, seria um crivo no mar de informação que a internet disponibilizaria. Lanier (1995) antecipava as consequências dos “agentes” quase uma década antes do surgimento do Facebook:

If info-consumers see the world through agent's eyes, then advertising will transform into the art of controlling agents, through bribing, hacking, whatever. [...] Agents would become the new information bottleneck, narrowing the otherwise delightfully anarchic infobahn, which was supposed to replace the broadcast model with something more inclusive. An agent's model of what you are interested in will be a cartoon model, and you will see a cartoon version of the world through the agent's eyes. It is therefore a self-reinforcing model." (LANIER, 1995)



Com o *prank* dos garotos macedônios, com as notícias falsas em meio a um mundo que, sob os efeitos do espetáculo, há muito convivia com realidades falsificadas, o trote, outrora estratégia de resistência, convertera-se ele mesmo num instrumento da razão subjetiva, num “fetiche, uma entidade mágica [...] aceita em vez de ser experienciada intelectualmente” (HORKHEIMER, 2015, p.31).

Au revoir, Duchamp

Neste artigo, trabalhamos a hipótese de que, em seu momento, o *readymade* duchampiano provou-se um grande *prank* contra a racionalidade moderna, e subjetiva, propalada em nome da ideologia iluminista e das diversas revoluções científicas do século XVIII. Com seu trote heroico, que refundaria a arte e limparia os trilhos para o desenvolvimento de uma estética contemporânea, o artista cultivou herdeiros que, às suas maneiras, tratariam de relativizar os sentidos ativados numa sociedade operada pela lógica da produção e do consumo incessantes.

Por meio da reconstituição da atuação de alguns dos emissários da ironia duchampiana, buscamos testar a mencionada hipótese e, a depender das ações e do legado documental de grupos e artistas como dadaístas, letristas, situacionistas, yippies e Joey Skaggs, entre tantos, acreditamos ter reunidos episódios e reflexões capazes de sustentá-la.

Como pano de fundo num século de “gestos radicais” (PLANT, 2008) e “punhos invisíveis” (GRANÉS, 2012), a razão subjetiva, impulsionada sobretudo pelos meios de comunicação de massa, penetrava as mais diversas camadas da vida social. A arbitrariedade dos sentidos das relações entre sujeitos, e entre sujeito e mundo, e a conveniência das explicações a justificá-las teriam conduzido a existência humana àquilo que Baudrillard (1981/1991) optou por chamar de hiper-realidade, uma realidade sem lastro, uma realidade de muitas realidades concomitantes, possíveis e contraditórias.

Em meio aos simulacros, a poética de *pranksters* como Duchamp e Skaggs perdia chão, quer dizer, ficava órfã de um referente a ser parodiado, de uma “vontade de verdade” a ser falsificada. O *prankster*, na era da reprodutibilidade algorítmica, abdicava de uma poética contra-hegemônica, e sua arte, ao preço da mentira, deixava-se recuperar como mero artifício.

REFERÊNCIAS:

- ADORNO, Theodore W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
ALONSO, Luís Enrique. **La Era del Consumo**. Madrid: Siglo XXI de España, 2006.
ART of the prank. Produção de Andrea Marini. Nova York: Relight Films, 2015. 1 DVD
BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
_____. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2011.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

- BRONNER, STEPHEN ERIC. **Modernism at the Barricades**. Aesthetics, Politics, Utopia. Columbia Nova York: University Press, 2014.
- CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2007.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- EPPLER, Martin J.; MENGIS, Jeanne. "The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines". In: **The Information Society: An International Journal**, 20:5, 325–344, 2004.
- FREIRE, Cristina. **Arte conceitual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- GOLDBERG, Roselee. **Arte da Performance**. Do Futurismo ao presente. Martins Ed., 2012
- GRANÉS, Carlos. **El puño invisible: arte, revolución y un siglo de cambios culturales**. Madri: Taurus, 2012.
- HOFFMAN, Abbie. **Yippie: una pasada de revolución**. Madri: Acuarela Libros, 2013.
- HOINS, Katharina. "Johannes Baader's Postwar Plasto–Dio–Dada–Drama and German War Exhibitions during World War I", in **Dada/ Surrealism 21** (2017): n. pag. Web. Available at: <http://dx.doi.org/10.17077/0084-9537.1336>
- HORKHEIMER, Max. **Eclipse da razão**. São Paulo: Editora Unesp, 2015.
- IDC. **The Digital Universe of Opportunities: Rich Data and the Increasing Value of the Internet of Things**. 2014. Disponível em: <<https://www.emc.com/leadership/digital-universe/2014iview/executive-summary.htm>>. Acesso em: 08 abr. 2018.
- JAPPE, Anselm. **As aventuras da mercadoria**. Para uma nova crítica do valor. Lisboa: Antígona, 2006.
- _____. **Uma conspiração permanente contra o mundo**. Lisboa: Antígona Editores, 2014.
- KNABB, Ken. **Situationist International Anthology**. Berkeley: Bureau of Public Secrets, 2006.
- LYOTARD, Jean–François. **A Condição Pós–Moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2004
- MACEIRA, Rodrigo. "Situação de Consumo: da Poética Situacionista à Guerrilha Publicitária". IN: **COMUNICON, 2014. Anais...** São Paulo: COMUNICON, 2014.
- MARCUS, Greil. **Lipstick traces**. Cambridge: Harvard University Press, 2009.
- MCLEOD, Kembreu. **Pranksters**. Making mischiefs in the modern world. NY: NY University Press, 2014.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: necrose**. Rio de Janeiro: Forense, Universitária, 2009.
- OXFORD DICTIONARIES (Org.). **Word of the Year 2016 is...** 2016. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em: 08 abr. 2018.
- PAZ, Octavio. **Marcel Duchamp, ou O castelo da pureza**. São Paulo: Perspectiva, 2014.
- PLANT, Sadie. **El gesto más radical**. Madrid: Errata Naturae, 2008.
- RANGEL, Daniel; QUEIROZ, Têra (orgs.). **Ready made in Brasil**. São Paulo: N+1 arte cultura, 2018.
- RICHTER, Hans. **Dada**. Art and anti-art. London: Thames & Hudson, 2007.
- SUBRAMANIAN, Samanth. **Inside the Macedonian fake-news complex**. 2017. Disponível em: <<https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>>. Acesso em: 08 abr. 2018.
- SÜSSEKIND, Pedro. **Teoria do fim da arte**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2017.
- TOMKINS, Tom. **Duchamp: uma biografia**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- VAGUE, Tom. "The boy scout's guide to Situationist International". In: **Society of spectacle**. London: Bread and Circuses, 2012.
- WHITE, Michael. **Generation Dada**. The Berlin Avant–Garde and the First World War. New Haven: Yale University Press, 2013.