



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

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

## **Consumo e arte na era transestética: um estudo sobre as poéticas transmidiáticas de Rafael Rozendaal<sup>1</sup>**

**Lucia Leão<sup>2</sup>**

**PUC-SP**

**Vanessa Lopes<sup>3</sup>**

**PUC-SP**

### **Resumo**

No contexto do mundo da arte globalizada, quais as características dos processos de criação em mídias digitais e transmidiáticos que rompem com os ideais da Internet, e participam de forma integrada nos sistemas de consumo capitalista? A discussão teórica envolve uma revisão de autores do campo das artes (Wolfe, Thompson e Thornton) e o método adotado é composto por processos de cartografias do imaginário (Leão). O objetivo do artigo é apresentar uma leitura de projetos do net artista Rafael Rozendaal a partir da perspectiva de estetização de mundo proposta por Lipovetsky e Serroy.

**Palavras-chave:** consumo; arte e mercado; poética transmídia; capitalismo artista; era transestética.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho **GT06 Comunicação, Consumo e Subjetividade** do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Lucia Leão é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. É autora de vários livros, entre eles: O labirinto da hipermídia e O chip e o caleidoscópio. É Pós Doutora em Artes pela UNICAMP e Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. E-mail: [lucleao@pucsp.br](mailto:lucleao@pucsp.br).

<sup>3</sup> Vanessa Lopes é artista, pesquisadora e produtora cultural. Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, com bolsa CNPq. É parecerista credenciada do Minc, membro do grupo de Pesquisa em Comunicação e Criação nas Mídias (CCM/PUC-SP) e do SenseLab (Concordia University). E-mail: [hieia@me.com](mailto:hieia@me.com).



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

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

*Há que convir: o capitalismo não acarretou propriamente um processo de empobrecimento ou de deliquescência da existência estética, mas sim a democratização em massa de um Homo aestheticus de um gênero inédito. O indivíduo transestético é reflexivo, eclético e nômade: menos conformista e mais exigente do que no passado, ele se mostra ao mesmo tempo um “drogado” do consumo, obcecado pelo descartável, pela celeridade, pelos divertimentos fáceis. (Lipovetsky e Serroy: 2015,14)*

## **Introdução**

Nosso artigo nasceu do questionamento: no contexto do mundo da arte globalizada, quais as características dos processos de criação em mídias digitais e transmidiáticos que rompem com os ideais da net.art, no sentido proposto por Alexei Shulgin e Natalie Bookchin (2005), e participam de forma integrada nos sistemas de consumo capitalista?

Plenamente inseridas no sistema da arte, as poéticas transmidiáticas de Rafael Rozendaal caminham na contramão dos discursos sobre as redes comunicacionais digitais que afirmam o ciberespaço como território mobilizador de movimentos sociais (Castells, 2013), ou mesmo das reflexões que evocam o poder agenciador dos afetos da arte na Internet (Greenne, 2003). A net arte, em suas origens, e em especial as poéticas de resistência nas redes partem de propostas que associam os processos de criação com proposições conceituais politicamente engajadas a valores como liberdade e luta por direitos sociais, entre outros (Leão, 2010 e 2011). Ancoradas em ideais humanitários, muitas dessas poéticas estão fundamentadas na ideia de relações de poder em Foucault, e/ou em processos cartográficos e produção de subjetividade segundo Deleuze e Guattari (Leão et al, 2017).

Considerando as questões apresentadas, objetivo principal do presente artigo é analisar poéticas que se caracterizam por uma ambiguidade visível: ao mesmo tempo que se utilizam do poder comunicacional das redes midiáticas, são trabalhos que foram aceitos, integrados e/ou financiados por instituições e/ou “gigantes econômicos internacionais” (Lipovetsky e Serroy, 2015: 13).

Começaremos nossa discussão traçando um roteiro das intrincadas relações que constituem o mundo da arte no cenário atual. Antes, no entanto, é importante frisar que não pretendemos esgotar o tema dos mecanismos e das lógicas de mercado que funcionam por detrás da circulação das obras de



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

arte no universo transnacional composto por leilões, museus, bienais e galerias. Nossa intenção é bem menos ambiciosa e se restringe a fornecer elementos que nos auxiliem a compreender como se organizam as redes de atores que participam de uma cultura dominada por uma estética hipertrofiada, no sentido de capitalismo criativo transtético, conforme proposto por Lipovetsky e Serroy (2015).

### **Sobre arte, mercado e redes**

Os debates sobre as relações entre redes de poder, consumo e arte são multidimensionais e de natureza complexa. Tom Wolfe, em seu clássico livro *A palavra pintada*, escrito em 1975, apresenta um retrato ácido dos mecanismos que estavam por trás dos redes de poder que possibilitaram a emergência daquilo que veio a ser considerado uma arte moderna nos EUA. A hipótese defendida por Wolfe é que a arte abstrata americana está intrinsecamente atrelada à formação e ao desenvolvimento da tríade relacional composta por capital, redes de jornalistas e críticos e implantação de museus e galerias.

Mais recentemente, o economista Don Thompson, em “O tubarão de 12 milhões de dólares - a curiosa economia da arte contemporânea”, nos oferece um retrato ainda mais acurado sobre as dinâmicas que constituem o universo do mercado transnacional de arte contemporânea. Em sua pesquisa, Thompson desvela as complexidades que acionam os discursos das redes de poder. Nas tramas dessas redes, interesses financeiros e estratégias midiáticas se entrecruzam em um jogo que adentra territórios das galerias, curadores e críticos de arte, casas de leilão como a Christie’s e a Sotheby’s, marchands, colecionadores e artistas. Ao discorrer sobre a importância dos processos de construção de marca (branding) nesse circuito, Thompson enfatiza as dinâmicas das redes. Um dos casos estudados envolve a ação do colecionador Charles Saatchi e seu papel fundamental na trajetória e na construção da marca do artista Damien Hirst, autor da famosa obra com o gigantesco tubarão no formol, intitulada “A impossibilidade da ideia da morte para um ser vivo” de 1991 – que deu origem ao nome do livro.

Também nessa linha de investigação, a socióloga da cultura Sarah Thornton, em “Sete dias no mundo da arte” (*Seven Days in the Art World*, 2008), explora aquilo que Bourdieu denominou campo de produção cultural, composto por escolas de arte, prêmios, museus e bienais. Para Thornton, o mundo da arte não é um sistema, mas um aglomerado de sete subculturas (atores, esferas, setores)



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

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

que partem de pressupostos e valores diversos. Em seu estudo, a autora demonstra que o próprio conceito de arte é compreendido de forma diferente por cada uma dessas subculturas que compõem esse universo. Assim, para o setor das casas de leilões, a arte é vista como um investimento, um produto de luxo; já a esfera dos críticos, vê a arte como um empreendimento intelectual, um estilo de vida ou ocupação; para o setor das grandes feiras, a arte é um fetiche e uma atividade de lazer, um tipo de mercadoria levemente diferente daquela que é vista nos leilões; o campo dos prêmios, por sua vez, compreende a arte como uma atração de museu, uma história midiática e a evidência do valor dos artistas; as revistas e outras mídias especializadas consideram a arte uma "desculpa" para textos e palavras, algo a ser promovido e debatido; as bienais - e outras grandes exposições, concebem a arte como um álibi para networking, um ingrediente de curiosidade internacional fundamental para uma boa exposição; e finalmente, Thornton aponta o estúdio do artista como um espaço que agrega todos os significados listados. Nesse último tópico, Thornton elenca a Factory de Andy Warhol e o projeto Visita ao estúdio, de Takashi Murakami. Segundo palavras da autora, esse último é exemplar e sociologicamente fascinante.

Em relação ao papel dos artistas na sociedade e como esses compreendem a arte, Thornton desenvolve um outro livro. Em "33 artistas em 3 atos", de 2009, a pensadora entrevista nomes de destaque no campo como Jeff Koons, Ai Weiwei, Marina Abramovic, e a brasileira Beatriz Milhases. No presente artigo, iremos nos debruçar sobre os processos de criação de Rafael Rozendaal, buscando mapear sua visão de arte e verificar como suas proposições poéticas constroem um tipo de subjetividade específica, que denominamos subjetividade conectada.

### **Estetização do mundo**

O entendimento do que é arte e qual o papel que a arte desempenha na sociedade também direcionou os interesses de pesquisa de Lipovetsky e Serroy (2015). Em A Estetização do Mundo: viver na era do capitalismo artista, os autores desenvolvem um amplo estudo sobre o atual sistema do capitalismo no qual a natureza estética domina a produção, a distribuição e o consumo, interferindo nas esferas políticas, sociais e econômicas, entre outras.





**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

Segundo a leitura histórica dos autores, existem quatro eras no processo de estetização do mundo. A artealização ritual, a primeira dessas fases, descreve o momento de ritualização da arte nas sociedades ditas primitivas, que concebem a estética em nível simbólico e vinculada a mitos e rituais.

A segunda era, a estetização aristocrática, localiza-se historicamente a partir da Idade Média e se prolonga até o século XVIII. Nessa fase, os estudos e aprimoramento de técnicas, a busca pelo belo e pela perfeição estão a serviço de um sistema social e econômico hierárquico, compondo “estratégias políticas da teatralização do poder”. Segundo os autores, nesse período, as relações sociais e políticas caracterizam esse momento histórico e seu processo de estetização:

Durante todo esse ciclo, o intenso processo de estetização (elegância, refinamento, graça das formas) em vigor nas altas esferas da sociedade não é movido por lógicas econômicas: ele se apoia em lógicas sociais, em estratégias políticas da teatralização do poder, no imperativo aristocrático de representação social e no primado da competição pelo estatuto e o prestígio constitutivos das sociedades holísticas, em que a importância da relação com os homens prevalece sobre a da relação dos homens com as coisas. (Lipovetsky e Serroy: 2015,10)

Na terceira era, denominada como estetização moderna, o sistema do capitalismo já impera nas sociedades e o artista passa a ter maior liberdade de criação. Junto a isso, temos o advento da comunicação de massa e da cultura das mídias, e assim, a estética não está mais restrita a hábitos da nobreza ou a rituais específicos.

Enquanto os artistas se emancipam progressivamente da tutela da Igreja, da aristocracia e, depois, da encomenda burguesa, a arte se impõe como um sistema com alto grau de autonomia que possui suas instâncias de seleção e de consagração (academias, salões, teatros, museus, marchands, colecionadores, editoras, críticos, revistas), suas leis, seus valores e seus princípios próprios de legitimidade. (Lipovetsky e Serroy: 2015,10-11)

A quarta e última era caracteriza-se pelo triunfo do capitalismo artista, momento em que os fenômenos estéticos são “imensos mercados modelados por gigantes econômicos” e a hiperarte mescla “estratégias de marketing e jogos de sedução para aumentar o faturamento das marcas”. Nessa era, intitulada transestética, dominam os excessos, a abundância, sobreposições e misturas entre criação, entretenimento, arte, design, arquitetura, show business, moda e narrativas transmidiáticas. Na era transestética, ocorre um fenômeno de estetização dos mercados de consumo e a arte se infiltra na indústria, no comércio e na busca por um estilo de vida. As vanguardas, anteriormente



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

compreendidas como espaços políticos de resistência ao poder estabelecido, são agora integradas na ordem econômica, aceitas, procuradas e financiadas por instituições:

No tempo da estetização dos mercados de consumo, o capitalismo artista multiplica os estilos, as tendências, os espetáculos, os locais de arte; lança continuamente novas modas em todos os setores e cria em grande escala o sonho, o imaginário, as emoções; artealiza o domínio da vida cotidiana no exato momento em que a arte contemporânea, por sua vez, está empenhada num vasto processo de “desdefinição”. É um universo de superabundância ou de inflação estética que se molda diante dos nossos olhos: um mundo transtético, uma espécie de hiperarte, em que a arte se infiltra nas indústrias, em todos os interstícios do comércio e da vida comum. (Lipovetsky e Serroy: 2015, p. 27)

### **Rafael Rozendaal, um artista em tempos de transtética**

No contexto do capitalismo artista, observa-se a emergência de um tipo de poética que opera se apropriando da estetização dos mercados de consumo e cujos processos de criação se apoiam em lógicas da era transtética. Nesse grupo de processos criativos encontramos artistas e grupo criativos que exploram as possibilidades de comunicação geradas pelas novas mídias e propõem experiências estéticas a serem consumidas nos fluxos das redes. Acima de tudo, essas poéticas adotam três procedimentos: (1) trabalham em parceria com as instituições que legitimam a arte como uma mercadoria; (2) são patrocinadas pelas redes de poder do capital; e (3) utilizam estratégias originais/provocativas para obter visibilidade e repercussão nas redes midiáticas.

Assim é a net art de Rafael Rozendaal, brasileiro-holandês, nascido no Brasil em 1980, criado em Amsterdã, neto de um ditador que não conheceu (o Presidente Castelo Branco), filho de pais artistas que incentivaram seu caminho desde criança através do desenho, até se formar, em 2002, na Academia de Arte de Maastricht, Holanda. Seu trabalho foi impulsionado pelo Neen, considerado como o primeiro movimento artístico do séc. XXI, lançado pelo artista grego Miltos Manetas e sua parceira, a performer japonesa Mai Ueda, em uma conferência realizada em maio de 2000 na Gagosian Gallery, em Nova York, EUA, com produção de Yvone Force, da Art Production Fund.

Segundo Manetas e Ueda, o movimento Neen não pode ser descrito em palavras ou mesmo reproduzido em imagens, já que a maioria dos trabalhos se constituem a partir de narrativas emergentes e de certa forma absurdas, acoplando websites, animação, poesia, música, fashion e



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

design. O próprio nome do movimento Neen deriva de um som sem sentido, cuja nomenclatura foi gerada por um programa de computador pela empresa californiana Lexicon Branding pela quantia de US\$ 100.000,00. O investimento foi feito a partir da intenção de se batizar algo que não se sabia direito o que era, mas que era possível sentir a sua existência.

O movimento funcionava como uma espécie de comunidade de artistas empoderados pelo expertise da programação de máquinas e interessados em produzir trabalhos para o ciberespaço. As ações de Manetas e seu grupo aconteciam em um espaço em Los Angeles, EUA, o Electronic Orphanage (E.O.) – que possibilitava a utilização livre do espaço. Nesse sentido, a proposta do Neen guarda semelhanças com a Factory de Warhol.

Conforme documentos no site do movimento, Manetas afirmou sobre Rozendaal: "Oh, you are very Neen". Rozendaal, por sua vez, afirma em uma entrevista recente que na época, não sabia ao certo o que isso significava, mas logo descobriu alguns princípios com os quais simpatizava, como a ideia de usar a internet como um espaço a ser explorado e não como uma ferramenta. "Neen was about incomplete thoughts, and I think the internet is also a place of incomplete thoughts".

Atualmente, Rozendaal vive e trabalha em Nova York. Sem a necessidade de um studio físico, ele trata a internet como um espaço de possibilidades, precisando apenas de seu computador para produzir onde quer que esteja. Seu produto principal consiste na criação de websites, que, segundo seu discurso, funcionam metaforicamente como gás, que ocupa um espaço para criação estética no ambiente da internet.

Vários dos projeto de Internet de Rozendaal se desdobram em instalações físicas, na criação de tapeçarias a partir de traduções intersemióticas de interfaces, na escritura de (mini) poemas haiku, na veiculação de uma série de podcasts (com direito a loja virtual) e as palestras que ministra em eventos ao redor do mundo. Rozendaal também foi o idealizador da série de eventos BYOB (bring your own beamer), em que artistas são convidados a exibir suas obras no modelo DIY (do it yourself) em uma série exibições não comerciais, com custo zero e a duração de uma noite.

O projeto "ifnoyes.com" (2013), de Rozendaal, - coleção de Benjamin Palmer - foi um website vendido como obra de arte para um colecionador durante a exibição e leilão Paddles ON!. Com curadoria de Lindsay Howard, o evento tinha como objetivo reunir artistas digitais anunciados como a nova geração da arte contemporânea. A obra é uma animação abstrata com tons gradientes





**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

de vermelho, rosa, violeta e azul, cujas formas geométricas interagem com o cursor do mouse e foi arrematada por US\$ 3.500,00.

O site oficial do artista reúne todas as suas obras, totalizando 147 websites produzidos entre 2001 e 2015, dos quais 49 foram vendidos. O período de maior produção foi de 2012 a 2014, com 41 obras colocadas no ar sendo 23 delas vendidas. O título das obras é o próprio domínio do site, que é também a sua localização na internet, uma ideia vinda de Miltos Manetas, que, segundo Rozendaal, dá ao trabalho um a noção de produto finalizado, tornando-o vendável. É importante colocar que, mesmo depois de serem vendidos, os websites continuam com acesso ilimitado e gratuito ao público em geral, uma vez que, para ele, a propriedade pode até ser privada, porém o acesso tem que permanecer universal. Portanto, ao acessar os websites, os usuários se deparam com um crédito sobre a propriedade e a autoria da obra na aba superior da página.

Rozendaal desenvolveu um formato de contrato pioneiro para negociação de sua net art, com cláusulas específicas sobre acesso, manutenção, duração etc. Nele, fica acordado que o artista mantém o direito de exibição das obras e também que a responsabilidade pela renovação e manutenção do domínio passa a ser do novo proprietário. O “art websites sales contract .com” (2011-2014) está listado em seu site oficial juntamente com suas obras e disponível para download para que possa ser utilizado como modelo por qualquer artista.

Segundo a visão de Roberta Bosco e Estefano Caldana, em crítica escrita para jornal El País, Rozendaal poderia ser considerado o filho digital de Andy Warhol. De fato, Warhol foi um artista pioneiro em trabalhar com ironia e provocação os aspectos da arte como fenômeno em rede, submetida e indissociavelmente ligada a imperativos econômicos e ao mercado da arte. Obras como Brillo Box, que apresentam caixas de sabão em pó, provocaram várias reações nos circuitos culturais: quer dizer que quando a indústria de sabão em pó produz suas caixas isso não é arte mas quando Warhol faz as suas caixas é?

Os websites de Rozendaal partem de ideias simples, que programadas em flash ganham forma bidimensional, cor e som. Seu trabalho mais antigo, “whitetrash .nl” (2001) - coleção de Jodi - produzido quando tinha aproximadamente 20 anos de idade, foi exibido juntamente com “misternicehands .com” (2001) no Electronic Orphanage a convite de Miltos Manetas, em sua primeira exposição e momento em que foi agregado ao movimento Neen. Desde o início de sua carreira, é notável o salto temático de sua trajetória, de animações mais figurativas que foram se





**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

direcionando para uma abordagem mais pictórica e abstrata, passando por brincadeiras interativas como em “nosquito .biz” (2005) e “jello time .com” (2007) - coleção de Sebastien Ganay -, uma referência à história da arte em “le duchamp .com” (2008) - coleção de Jan Aman -, paisagens poéticas como em “googbye firewall .com” (2011), e, mais recentemente, a criação de extensões para o Chrome, que podem ser baixadas gratuitamente.

Em alguns de seus projetos, Rozendaal trabalha com a ideia de nomadismo digital e sai literalmente do seu próprio domínio para habitar outros websites, são eles: “text free browsing” (2012) - coleção de Nicole Thang -, feito em parceria com Jonas Lund, ferramenta que extrai o texto de qualquer website, deixando aparente apenas as imagens, e “abstract browsing. net” (2014) - coleção do Stedelijk Museum -, que transforma qualquer site da internet em uma tela abstrata. O fato é que seus websites são um fenômeno que podemos considerar como projetos transtéticos, no sentido proposto por Lipovetsky e Seeoy que apresentamos acima. Tendo alcançado a marca de 56.065.510 visualizações únicas apenas em 2015, um número bastante expressivo, ainda mais se levarmos em consideração que a somatória do público in loco dos 10 museus mais visitados do mundo neste mesmo ano totalizou 55.081.037, os projetos de Rozendaal falam de uma arte que se infiltra nos meandros da cultura em rede e integram os desejos de consumo de uma sociedade estetizada.

Além disso, conforme mencionado anteriormente, a obra de Rozendaal não se restringe aos websites, uma vez que seus quadros digitais são comumente traduzidos para ambientes fora da internet, através de exposições que acontecem em museus, galerias, bienais e também em espaços urbanos. Um caso digno de nota é o projeto “much better than this .com” (2006) - coleção de Almar & Margot van der Krogt. Trata-se de uma animação com um enquadramento que deixa aparente apenas duas bocas e queixos sem gênero definido, cujas faces mudam de cor toda vez em que os lábios se beijam ao infinito. O trabalho, que em uma de suas metamorfoses poderia ser entendido como uma browser art (isto é, uma arte feita para navegador de WWW), em suas perambulações transmidiáticas, foi exibido em ambientes urbanos em duas ocasiões: no “The world’s biggest kiss” (2012), no Seul Square, Coreia, no maior painel de led da Ásia, com 80 x 100 metros, dedicado exclusivamente para obras de arte, projeto produzido pela Calvin Klein; e em 2015, ao participar do projeto Times Square Midnight Moment, com projeções em multi telas no centro de Nova York, EUA.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

Em outro projeto, "broken self .com" (2007), o público pode interagir no website, quebrando a tela do browser com o cursor do mouse. O projeto foi programado para simular a experiência de vidro quebrado e na interface, o usuário pode quebrar esse vidro no local específico em que clica, como se fosse atingido pela seta, disparando uma reação em cadeia onde toda tela é estilhaçada com um som estrondoso de vidro quebrando. Em sua apresentação em espaço de uma galeria, esse trabalho ganhou uma dimensão instalativa e performática. No espaço analógico, o artista deixou diversas garrafas vazias em um cubo branco, disponíveis para que os visitantes pudessem quebrá-las na parede. Entre a parede e o local do arremesso foi colocada uma linha de segurança, deixando um espaço livre para que os cacos de vidro fossem se acumulando.

### **Discussão: processos de criação e a subjetividade transtestética**

Em sua trajetória, é possível ver como Rafael Rozendaal foi desenvolvendo estratégias de natureza transtestética. No início de sua carreira, ao começar a criar com mídias digitais, sua produção tinha um alcance e custo praticamente zero. Foi entendendo o ciberespaço como meio que o artista transformou suas proposições conceituais em projetos digitais e transmidiáticos.

Rozendaal conta em uma entrevista que seu público cresceu com ele, até viralizar e se tornar incontrolável. De toda forma, sua cadeia produtiva começa com o website, para depois, com recursos financeiros e materiais, o artista desenvolve a produção de objetos físicos e ambientes instalativos. Seu diferencial, e principal motivo que faz com Rozendaal possa ser entendido enquanto um artista transtestético, reside no fato de tomar para si os meios de produção de seu próprio trabalho, como também no seu entendimento dos fluxos das redes e seus mercados. Assim, Rozendaal utiliza formatos que até então não haviam sido registrados, atuando em diversas frentes, seja em projetos digitais, instalações e eventos experimentais.

Por outro lado, Rozendaal não vê problemas em participar de projetos totalmente comerciais como o "The 24 Hour Fiesta Project", em que artistas da moda são convidados para criar uma obra em 24 horas utilizando um carro da Ford. Sim, a mesma Ford da linha de produção em série fordista estabelecida no início do Séc. XX na 2ª Revolução Industrial, pioneira em termos de regulação técnica e do trabalho para o aumento da capacidade produtiva e diminuição de custos, abrindo espaço para a glória absoluta do capitalismo.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

Sem dar um posicionamento político sobre o que produz, Rozendaal também não se mostra preocupando em classificá-lo como arte ou não, dizendo que isto não tem importância desde que o que ele crie se torne algo interessante. Talvez em outros tempos pudéssemos diagnosticar um distúrbio ético nesta equação, mas este julgamento de valor não parece ser uma questão nas lógicas operativas do capitalismo artista ao qual Rozendaal se vincula.

### **Considerações Finais**

O presente artigo discutiu sobre as intrincadas relações que compreendem o consumo, a arte e as redes de poder na cultura midiática contemporânea. Em nosso percurso de investigação, partimos do entendimento das redes da arte que Tom Wolfe detectou no cenário da arte moderna norte-americana. Em seguida, adentramos nas pesquisas mais recentes de Don Thompson e Sarah Thornton que vasculham as diversas dimensões e significados que compõem o mundo da arte.

Assumindo que o fenômeno do consumo da arte contemporânea está intimamente associado àquilo que Lipovetsky e Serroy denominaram como era do capitalismo artista, nosso argumento foi que os projetos de Rafael Rozendaal, um artista da internet, podem nos fornecer pistas sobre a constituição de um tipo de poética que se utiliza da estetização dos mercados de consumo.

A partir de uma reflexão acerca das poéticas de Rozendaal, foi possível delinear paralelos entre as premissas de uma arte neen, com o entendimento de Lipovetsky e Serroy sobre a era transtética. Nos processos comunicacionais e nos discursos que acompanham os trabalhos de Rozendaal encontramos estratégias de marketing, formação de marca (branding), jogos de sedução e estranhamento que constituem a estética do triunfo do capitalismo artista.

Conforme nosso argumento, embora à primeira vista as poéticas de Rozendaal nos falem de um tipo de apropriação de redes de resistência e de outros discursos que acompanham o início utópico e romântico da net arte (Leão, 2011), ao criar projetos fundamentalmente integrados às instituições e aos sistemas de produção e consumo capitalista, seus trabalhos se desvelam como exemplos potentes de capitalismo artista.





**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

## BIBLIOGRAFIA

BOSCO, Roberta, CALDANA, Stefano. Quién dijo que el net.art no se podía vender? El arte en la edad del silicio. Blogs Tecnología EL PAIS: <http://blogs.elpais.com/arte-en-la-edad-silicio/2012/03/quien-dijo-que-el-netart-no-se-podia-vender.html>, publicado em 26/03/2012.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

GREENE, Rachel. Web work: uma história da arte na Internet. In: Leão, Lucia (org.). Cibercultura 2.0. São Paulo: U.N. Nojosa, 2003.

LEÃO, L. et all. imaginários de poder e redes midiáticas: diálogos entre o Creative Time Summit e o Brasil. In: XXVI Encontro Anual da Compós, 2017, São Paulo. XXVI Encontro Anual da Compós, 2017.

LEÃO, L. Paradigmas dos processos de criação em mídias digitais: uma cartografia. Virus, v. 6, p. 05-27, 2011.

LEÃO, L. Questões biopolíticas nos processos de criação transmidiáticos. Galáxia (PUCSP), v. 10, p. 95-107, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A Estetização do Mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MANETAS, Miltos (Ed.). Neen. Milão: Charta, 2006.

SHULGIN, Alexei and Natalie Bookchin. Introdução à net.art (1994-1999). In: Leão, Lucia. O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

STUDEBAKER, Lauren. Neen: Rafael Rozendaal. <https://rhizome.org/editorial/2017/jun/29/rozendaal-interview/>, entrevista publicada em 29/06/2017 e acessada em 19/04/2018.

THOMPSON, Don. The \$12 million stuffed shark: The curious economics of contemporary art. New York: Macmillan, 2010.

THORNTON, Sarah. Seven days in the art world. Granta Books, 2008.

THORNTON, Sarah. O que é um artista? Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

WOLFE, Tom. A palavra pintada. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.