

IMAGEM NO EXTERIOR

FETICHISMO DIGITAL

Massimo Canevacci

Traduzido por Aldo Victorio Filho

fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶



A minha etnografia sobre a proliferação dos novos fetichismos digitais focaliza as relações entre a *bodyscape* e *location*: corpos e espaços panorâmicosconstituidores da *metropolis comunicacional*. Este excesso de fetichismo se auto-representa por meio de imagens, sons, escrituras que exprimem *composições multi-sensoriais* e *multi-sequenciais*, por meio da expansão da comunicação visual, consumo performático, sujeitos “multindividuais” e sincretismos sonoros.

A importância crescente dos *fetichismos visuais* está relacionada à difusão das tecnologias digitais e estilos corporais. Entre o fetichismo atual e o tradicional existem dijunções radicais. Longo fluxo de fragmentações, citações, ressignificações e códigos visuais atravessam a publicidade, a arte, cinema (Lynch, Cronenberg), sites de *pornoweb*, estilistas *cool*, *dress-code* locais, designer, musica eletrônica, modificações corporais.



É possível afirmar que não há atividade expressiva da comunicação contemporânea que não tenha nos perturbado com referências ao fetichismo visual. O corpo – enquanto corpo vivo (*body*) e corpo morto (*corpse*) – é o cenário fluído desse novo fetichismo: é a transformação do corpo em **body-corpse** (Canevacci, 2007). Um mix híbrido de vida e morte, orgânico-inorgânico, pele-pixel.

Os resultados são as tramas enredadas dos constantes trânsitos dos significados da interpretação contextual, recusando em simplificações tribalistas, arquépticas ou homologantes. O olhar etnográfico focaliza a *comunicação digital* – material-imaterial, reproduzível-aurática – densa de conflitos, tensões, transplantações. Para isto, é necessário repensar as três abordagens clássicas sobre o fetichismo: a colonialista, a marxista e a freudiana. Os fetiches digitais são ligados à divulgação pervasiva da comunicação que anima a *fisionomia* das novas mercadorias pós-dualistas. Os fetiches digitais apresentam-se como novas subjetividades com suas biografias e mesmo biologias transorgânicas.



a) **bodyscape**

Bodyscape é corpo panorâmico que flutua entre os interstícios da metrópole comunicacional. O sufixo *scape* configura códigos frequentemente invisíveis que um corpo *somatizza* para montagens sucessivas, construindo fisionomias temporárias. O corpo-sujeito se envelope em dress-codes levando à novas sensorialidades que exploram a zona-morta entre o que é conhecido e o que emerge. Bodyscape modifica essas zonas-mortas incorporando o fetiche e as trasfigura em *zonas cosméticas*.

b) **Location**

Location é lugar-espaco-zone-interstício que caracteriza o trans-urbanismo contemporâneo: no interior, o desenho dos objetos, da configuração dos quartos, de corredores, de lavabo, sound-design divulgam percepções corporais dos códigos fetish. Dress-code somatizado do/no lugar produz *attrattori*: tensões sensoriais que *fixam* temporários multindivíduos nos interstícios metropolitanos. Bodyscape e Location são *marcas digitais* indicativas de identidade-tempo e tecnologias visionárias mutóide.

Bodyscape-Location exprimem *attrattori* sexuais num jogo performático com citações contínuas, inversões, perversões, subversões. Ambos manifestam entidades temporárias sem gênero (maschile-femminile), lugar (público-privado), ontologia (orgânico-inorgânico), moral (bem-mal), dicotomia (natureza-cultura), hierarquia (alto-baixo). A força dos seus *attrattori* não é oposta ao poder, mas antes, desliza nos territórios para além.

fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish▶▶fetish