

Antoni Abad_David Byrne & David Hanson_

Antoni Abad_David Byrne & David Hanson_

Daniel Canogar_Vuk Cosic_Evru_Harun Farocki_

Daniel Canogar_Vuk Cosic_Evru_Harun Farocki_

Paul Friedlander_Pierre Huyghe_Theo Janssen_

Paul Friedlander_Pierre Huyghe_Theo Janssen_

Natalie Jeremijenko & Ángel Borrego_

Natalie Jeremijenko & Ángel Borrego_

Sachiko Kodama_Rafael Lozano-Hemmer_John Maeda_

Sachiko Kodama_Rafael Lozano-Hemmer_John Maeda_

Chico MacMurtrie / Amorphic Robot Works_

Chico MacMurtrie / Amorphic Robot Works_

Antoni Muntadas_Daniel Rozin_

Antoni Muntadas_Daniel Rozin_

Ben Rubin & Mark Hansen_

Ben Rubin & Mark Hansen_



zexe.net: canal*Motoboy

Antoni Abad_ Zexe.net

El artista leridano Antoni Abad cuenta con una amplia trayectoria explorando las posibilidades artísticas de los medios interactivos y las redes de comunicación. En 2003 inició su proyecto *Zexe.net*, centrado en la creación de comunidades digitales a través del uso de teléfonos móviles con cámara integrada.

www.zexe.net es un proyecto que desde 2003 se centra en la creación de comunidades digitales a través del uso de teléfonos móviles con cámara integrada. La capacidad de publicación inmediata en Internet de los registros audiovisuales realizados con estos dispositivos convierte a los teléfonos en megáfonos que amplifican la voz de colectivos que carecen de presencia activa en los medios de comunicación preponderantes.

En estos últimos cinco años, se han realizado proyectos específicos con las siguientes comunidades: taxistas de México D.F., comunidades gitanas de Lleida y León, prostitutas de Madrid, inmigrantes nicaragüenses en Costa Rica, *motoboys* (mensajeros en motocicleta) de São Paulo y personas con movilidad reducida de Barcelona y Ginebra. Los emisores han enviado vía MMS más de treinta mil fotografías, archivos de audio, vídeo y texto, que pueden ser consultados en www.zexe.net.

Un proyecto de Antoni Antoni Abad con programación de Eugenio Tisselli, 2003-2008.

canal*MOTOBOY

Desde marzo de 2007 un grupo de doce mensajeros en motocicleta de São Paulo documenta sus experiencias cotidianas en Internet desde teléfonos móviles con cámara integrada. Describen mediante *tags* cada foto, audio y vídeo que publican, contribuyendo así a la creación de una base de datos *on-line* que permite relacionar por medio de esas *palavras chave*, sus correspondientes unidades multimedia, proponiendo una visión alternativa de la ciudad, basada en la problemática y las expectativas del colectivo. Los *motoboys* y *motogirls* Adriana, Alexandre, Anderson, Alexandro, Andrea, Cleyton, Edison, Eliezer, Franscisco, Luiz, Matheus, Renato, Ronaldo, Tadeu y Tadeu Luiz siguen a día de hoy con sus transmisiones móviles en www.zexe.net.

Un proyecto de Antoni Abad con programación de Eugenio Tisselli, 2007-2008.

Meu nome é Ronaldo Do outro lado da Cidade, vídeos documentales de Glòria Martí y Antoni Abad, 2007.

**«La ruta está siendo recalculada. El motoboy y la economía política del afecto»¹,
por Alberto López Cuenca**

En la hoy clásica recopilación de textos *Art after Modernism: Rethinking Representation* (Wallis, 1984), se manifestaba ya con contundencia la suspicacia postmoderna respecto al lugar que la representación había de ocupar en la práctica artística contemporánea. No parecía que el arte debiera pasar necesariamente por elaborar representaciones (algo que el cinetismo, la *performance*, la instalación, la escultura minimalista o el land art habían puesto de manifiesto), sino que más bien se proponía ahora generar situaciones, espacios o experiencias. En este sentido, no era casual la alarma que animaba «Art and objecthood», el beligerante texto donde Michael Fried (1967) descalificaba la escultura minimalista por ser teatral, es decir, por perder autonomía al depender de un espacio circundante que



activara la experiencia artística. Parecía que el arte no sólo no tenía que ser ya representación de algo, sino que dejaba, incluso, de estar contenido en los límites formales del objeto artístico (de la pintura, de la escultura o del vídeo). Sin embargo, este entretrejimiento contextual del arte, la heteronomía que anulaba su pretendida autosuficiencia, no era nada excepcional, pues había sido ya desplegado por las denominadas vanguardias históricas de principios del siglo XX. Los artistas dadaístas y surrealistas, pasando por los constructivistas y los miembros de la Bauhaus, emprendieron en su día la tarea (¿artística?) de hacer efectivos nuevos modos de vida o, cuanto menos, de reconfigurar los existentes. Para esto, el arte no podía concebirse ni practicarse como un ejercicio meramente representacional, de captación de esencias o de evocación de la realidad (si es que realmente alguna vez había podido ser *sólo* eso). Transformar la vida no podía ser imitarla mediante criterios estéticos sino que conllevaba introducirse en los intersticios de la cotidianeidad y modificarla: en las portadas de los libros y el atrezzo teatral, en la publicidad y en los carteles de cine, en el diseño de juegos de té y de ciudades enteras.



La cualidad del arte como acción transformadora, que podemos explicar en términos de su capacidad «performativa», descansaba sobre múltiples presupuestos. De entre ellos, destaca el emplazamiento privilegiado del artista moderno para comprender el mundo e incidir sobre él simbólica y concretamente. Se trata, ni más ni menos, que de un imperativo vanguardista de actuar sobre la realidad que ha sido legado al arte contemporáneo, pero en unas condiciones muy distintas a aquellas en las que se planteó originalmente, especialmente en la medida en que el horizonte de acción de la producción artística contemporánea pone en cuestión el mencionado presupuesto. La posición prácticamente omnisciente del artista para comprender e incidir sobre el mundo está hoy en entredicho por la generalizada conversión de aquél en un especialista de la industria simbólica, ya sea como productor de bienes suntuarios o de experiencias para el ocio y el entretenimiento en bienales, museos y centros de arte. Así acotado, el trabajo artístico no ve más allá de su campo de competencia, así que no cabe esperar de él que articule grandes proyectos de transformación social.

No obstante, el descreimiento respecto al emplazamiento privilegiado del artista, sumado a la convicción de que el arte aún puede generar sociabilidad, hacen todavía posible el despliegue de estrategias para la acción del arte en el terreno de la vida social menos ambiciosas que las modernas, pero más diversas. Es éste el trasfondo sobre el que se desarrollan algunos de los proyectos con colectivos y tecnología celular coordinados por Antoni Abad: proyectos donde se supera la condición omnisciente del artista y que subscriben el carácter performativo y no-representacional del arte.

Redes de sociabilidad

Antoni Abad ha desarrollado junto al programador Eugenio Tisselli a lo largo de los últimos cuatro años una serie de trabajos que

recurren a la telefonía móvil y a la posibilidad de transmitir directamente información vía Internet, que han desembocado en la articulación de singulares comunidades de colaboración.

Tuve la oportunidad de escribir sobre el primero de esos proyectos, sitio*TAXI, que se desarrolló en México D.F. durante dos meses en 2004. En este trabajo, un grupo de diecisiete taxistas enviaba imágenes, vídeos, documentos de audio y de texto a una página web de libre acceso. La página reunía y actualizaba sin edición o selección previa los documentos remitidos en tiempo real por los miembros de ese colectivo urbano. Entonces redacté una breve reseña sobre sitio*TAXI que llevaba por título «El taxista como etnógrafo». Pensando de nuevo en ese título, hay algo en él que aún suscribiría y algo con lo que ya no estaría de acuerdo. De un lado, «El taxista como etnógrafo» ironizaba sobre el conocido ensayo de Hal Foster «El artista como etnógrafo» (2001) —donde el autor sostenía que algunos artistas contemporáneos se habían convertido en investigadores críticos de su propia sociedad—, y creo que acertaba al enfatizar que no es el artista quien habla en sitio*TAXI sino los taxistas mismos. No presentaba al artista como una voz privilegiada, sino que llamaba la atención sobre los taxistas en tanto narradores de su experiencia y enunciadores de su propia historia. Erraba, sin embargo, al considerar al taxista como etnógrafo, como mero notario de su realidad, al dar a entender que el efecto fundamental de ese proyecto era modificar representaciones, transformar la imagen que se tiene del taxista. Es obvio que sitio*TAXI opera a través de mecanismos de representación, imágenes, textos, grabaciones de audio y vídeo. Sin embargo, su resultado no es simplemente «hacer visible la realidad del taxista» o «propiciar unas representaciones que no caben en los medios de comunicación tradicionales» (ciertamente, el taxista sólo aparece ahí puntualmente como accidentado o delincuente o héroe efímero de algún rescate). En el fondo,

más que otras representaciones de la realidad, lo que sitio*TAXI ponía en marcha era mecanismos de sociabilidad, es decir, creaba relaciones sociales y estrategias de subjetividad. En otras palabras, sitio*TAXI abría espacio para la enunciación y la agencia de sus participantes, más allá de constituir una contraesfera para la representación.

Ése ha sido un aspecto constante de los trabajos que siguieron a sitio*TAXI. Por ejemplo, la planificación y activación de canal*GITANO, desarrollado en Lleida durante 2005, conllevó una serie de negociaciones y conflictos que no son visibles en el material audiovisual accesible a través de Internet, pero que conforman la parte crucial del proyecto. Para empezar, el modo de operación de canal*GITANO implicaba cuestionar la separación tradicional que en la comunidad gitana se hace entre hombres y mujeres, los lugares y las condiciones en las que pueden encontrarse y el tipo de interacción que pueden mantener. Por otra parte, canal*Gitano generaría un enfrentamiento inusual contra el poder fáctico de la comunidad, los patriarcas. Éstos vetaron a una de las participantes para seguir colaborando en el proyecto, pero serían confrontados por ella y su madre hasta el extremo de que volvió a ser aceptada de nuevo en él. Aún más, la institución misma del poder se vio sujeta a escrutinio al crearse el canal*PATRIARCA, donde se reunían entrevistas *incómodas* para los patriarcas que tenían que explicarse y pensarse como gitanos al hacerseles preguntas como ¿qué es ser gitano? o ¿qué es ser patriarca?, cuestiones presupuestas que rara vez eran consideradas de modo explícito.

A lo largo de 2006, en San José, Costa Rica, Antoni Abad puso en funcionamiento canal*CENTRAL. Ahí se distribuyeron entre la nutrida comunidad de inmigrantes nicaragüenses teléfonos móviles e información para mantener en funcionamiento la página web del proyecto. De nuevo, no es la visibilidad de



las imágenes en la red, sino la serie de negociaciones con el entorno institucional y administrativo la que manifestó el alcance de canal*CENTRAL. De un lado, las trabas legales con los trámites para los móviles: por tratarse de teléfonos importados ilegalmente desde Miami, su software no estaba homologado para operar en Costa Rica, de ahí que hubiera que negociarse el espacio tecnológico y legal para hacerlos operativos. No menos laboriosa fue la tarea de dar de alta teléfonos para veintidós inmigrantes ilegales, ya que demostrar la residencia formalizada en el país es requisito imprescindible para acceder al servicio de telefonía móvil. Canal*CENTRAL no sólo hizo visible el control de la comunicación y las fricciones técnicas y legales en el monopolio estatal de las comunicaciones, sino que forzó a modificar o sortear transitoriamente su alcance. Se abrieron, con ello, espacios de acción transitoriamente desregularizados para el ejercicio y la enunciación comunitaria de un sector de la población nicaragüense.

Por otra parte, en 2006 se puso en marcha en Barcelona canal*ACCESSIBLE, donde los participantes elaboraron una cartografía con las trabas arquitectónicas para el desplazamiento de discapacitados por la ciudad (una contracartografía frente a las múltiples cartografías triunfantes de la urbe: de sus museos y parques y bares y monumentos y estaciones de metro). A pesar de que la labor de canal*ACCESSIBLE parecía desembocar en el trazado de un mapa, en realidad desató respuestas tanto a nivel colectivo (se conformaron, entre los discapacitados, comandos extraordinarios que recorrerían zonas de la ciudad en principio no planeadas para ser batidas), como a nivel institucional (el mapa salió reproducido en medios de comunicación locales y el Ayuntamiento replicó distribuyendo un mapa de la «Barcelona accesible»). Las acciones de documentación hicieron que el mismo Ayuntamiento se viera forzado a subsanar muchos de los obstáculos



arquitectónicos sobre los que los miembros de canal*ACCESIBLE habían llamado la atención. Canal*ACCESSIBLE, que surge con una fecha de caducidad, incitó la conformación de un grupo de colaboradores que continúa reuniéndose y trabajando tras el fin del proyecto con la constitución de la «Asociación Accesible».

Queda patente que tomar fotos y subirlas a la red no agota el alcance de estos proyectos, porque no apuntan meramente a hacer posible otras representaciones de la vida (de los gitanos, los inmigrantes o los discapacitados), sino a generar la vida misma en la interacción con el entorno. En su funcionamiento hacen manifiesto todo tipo de restricciones, ya sean las impuestas por las costumbres y la administración patriarcal del poder o por las legislaciones de las telecomunicaciones e inmigración o por la arquitectura urbana. Pero no se trata sólo de revelar, de hacer visible la traslúcida red que ordena la vida social (desde las relaciones entre adolescentes al uso de un teléfono móvil o al desplazamiento en la ciudad), sino que en su práctica abren espacio para relaciones sociales inesperadas y reconfiguradas. Ésta es una cuestión central en la medida en que «el tema» de estos proyectos no es la elaboración de la representación de grupo sino la activación de la agencia y la producción de relaciones sociales. Es decir, el tejido mismo de la existencia colectiva e individual.

Economía política del afecto

El filósofo político Michael Hardt, y posteriormente él y Antonio Negri en su debatido libro *Imperio*, han descrito cuáles son las esferas características y dominantes de la producción en la sociedad contemporánea. El afecto es, para estos autores, uno de los bienes fundamentales de la economía actual. El afecto sería parte de lo que ellos denominan «trabajo inmaterial», aquél que produce bienes intangibles, como el conocimiento, los servicios o la comunicación.

En resumen, podemos distinguir tres tipos de trabajo inmaterial que han puesto al sector servicios en la cima de la economía informática. El primero participa de una producción industrial que se informatizó e incorporó las tecnologías de la comunicación de una manera que transforma el proceso de producción mismo. La fabricación se considera como un servicio, y el trabajo material de la producción de bienes durables se mezcla con el trabajo inmaterial, que se hace cada vez más predominante. El segundo es el trabajo inmaterial de las tareas analíticas y simbólicas, que se divide en labores de manipulación creativa e inteligente, por un lado, y en labores simbólicas de retina, por el otro. Finalmente, el tercer tipo de trabajo inmaterial es el que implica la producción y manipulación de afectos y el que requiere el contacto humano (virtual o real); es el trabajo en el modo corporal. Éstos son los tres tipos de tarea que lideran la postmodernización de la economía global (Hardt y Negri, 2005, págs. 316-317).

El trabajo inmaterial del afecto se caracteriza, según Hardt, por su tarea «vinculante» (*binding element*), e implica áreas productivas como la salud, el entretenimiento y las industrias culturales que se concentran «en la creación y manipulación de afectos» (Hardt y Negri, 2005, pág. 95). En distintos niveles, este trabajo afectivo desempeña un papel en todo el sector servicios en la medida en que se integra en los procesos de comunicación e interacción bajo el rubro del «trato personalizado», ya sea en la banca o en la comida rápida. Para Hardt, «este trabajo es inmaterial, aun cuando sea corporal y afectivo, en tanto que sus productos son intangibles: el sentimiento de comodidad, de sentirse bien, satisfecho, excitado, apasionado, incluso el sentido de sentirse parte de algo o de una comunidad» (Ibíd., pág. 96). Desde esta perspectiva, se puede dar cuenta no sólo de la producción material de la vida social, es decir, de cómo el sistema de relaciones de los objetos articula la experiencia de los individuos, sino también de los aspectos más íntimos y

emocionales del sujeto. La economía desmaterializada produce y nombra sensaciones, estados afectivos, deseos, es decir, modos de subjetividad y sujeción. Controlar los modos de producir y administrar vida emocional es, en última instancia, elaborar vínculos de sometimiento. Si, a la manera de la producción de mercancías, se procesan afectos estandarizados, entonces se homogeneiza la experiencia a la par que se descartan actitudes y posturas económicamente no productivas. Hay, pues, una industria del afecto totalmente incorporada a los modos de producción contemporáneos, una industria que prioriza un conjunto de estados emocionales y actitudes (bienestar, posesión, control, satisfacción) y desestima otras (actitudes de altruismo, sensaciones de fracaso o estados de miseria o desarraigo). Sin embargo, esa industria del afecto, a pesar de estar totalmente integrada en los modos de producción, puede ser contestada desde prácticas, apunta Hardt, «anticapitalistas».

Al decir que el capital ha incorporado y exaltado el trabajo afectivo y que el trabajo afectivo es una de las formas más altas de producir valor desde el punto de vista del capital no significa que, contaminado de esta manera, el afecto no tenga utilidad alguna para los proyectos anticapitalistas (Ibíd., pág. 90). El afecto, de hecho, es crucial para la activación de esferas de sociabilidad cuya finalidad no sea necesariamente la producción de capital. De aquí la importancia que en la actualidad cobran las estrategias que eluden la creación estandarizada de afecto: producen vida afectiva y vida social no programadas por los modos dominantes de producción.

canal*MOTOBOY: medios digitales y crítica del afecto

Desde mayo de 2007, doce *motoboys*, que recorren las calles de São Paulo en su jornada laboral, son provistos de teléfonos móviles que les permiten tomar fotografías y vídeos para remitirlos directamente a una página de Internet. Al enviar sus archivos pueden agruparlos bajo



términos clave que ellos mismos han decidido, como «accidente», «prohibido» o «trabajo», lo que brinda la posibilidad de armar una taxonomía flexible, abierta y negociable de la información elaborada por ellos y disponible para los visitantes de la página web. Si la esfera pública, el lugar de encuentro social, ha transitado desde su concepción en el siglo XVIII de los cafés, clubes de discusión y páginas de los periódicos a las pantallas de televisión y de las computadoras, este espacio público redefinido hoy está marcadamente mediado por lo simbólico: imágenes, sonidos, textos, multimedia. Sin embargo, aunque la esfera pública actual se constituya fundamentalmente como espacio simbólico o, más precisamente, mediático, no por ello se convierte en un mero juego de signos inertes y determinantes, ajenos a quienes se ven interpelados por ellos. Los signos en su uso se inscriben dentro de mecanismos de enunciación, son activados por hablantes, televidentes, usuarios concretos. Aquí, claro, entra en juego el grado de implicación en el proceso de producción de significado: un proceso en el que se dan niveles en los que nos vemos sujetos (significados) por los signos y niveles en los que significamos (sujetamos) a los signos. En esa negociación con las redes de significación se activa el proceso de constitución afectiva y dialógica de la esfera pública. La esfera pública se aprecia así construyéndose a la vez que los sujetos que la significan: sujeción y subjetividad van de la mano. Canal*MOTOBOY pone en marcha un mecanismo de producción simbólica que lo es crucialmente de conciencia subjetiva en la medida en que desata un proceso de agencia y enunciación. Canal*MOTOBOY inaugura momentos efímeros de contestación y acción que no presuponen a un sujeto libre ideal sino que subrayan la condición conflictiva y agonística de la existencia cotidiana de sus participantes, la condición siempre inacabada, siempre en negociación, del sujeto. Desde este acercamiento, la comunidad es ámbito de producción de vínculos simbólicos pero también afectivos en un proceso paralelo a los modos de



producción inmaterial del capitalismo. En su selección y envío de material visual o de sonido, en sus reuniones y discusiones respecto a las estrategias del grupo para seguir adelante con su trabajo, desarticulan y desvían la finalidad económica de los signos y los afectos en el entramado productivo del capitalismo avanzado. De ahí que deba entenderse como un ejercicio crítico a la manera de Michel Foucault. Escribía el francés que, «y por tanto propondría, como primera definición de la crítica, esta caracterización general: el arte de no ser de tal modo gobernado» (Foucault, 2006, pág. 8). Es decir, la crítica, la acción de disentir, es la puesta en marcha de mecanismos que eluden el «modo de ser representados», esto es, gobernados, dichos, suplantados por otros. La crítica, en este caso, es una crítica de la *institución* de la representación y no sólo del *objeto* de la representación. Es una crítica en la práctica de una práctica y no una mera crítica de la representación. Canal*MOTOBOY, como los proyectos anteriores puestos en marcha por Antoni Abad, no sólo activa una red de resistencia a las representaciones mediáticas del *motoboy*, es decir, no es una mera suplantación de unas representaciones por otras (una tarea, además, sisífica ante la magnitud y el alcance de las representaciones hegemónicas del *motoboy* en los medios de comunicación). Canal*MOTOBOY se activa crucialmente como un arte de ser de otro modo gobernado, esto es, inaugurando una dinámica de *elaboración colectiva* de la representación de grupo que incide directamente sobre la matriz de producción de la imagen y la conciencia: la práctica social y colectiva. Escribe Foucault, de nuevo, «yo diría que la crítica es el movimiento por el cual el sujeto se atribuye el derecho de interrogar a la verdad acerca de sus efectos de poder y al poder acerca de sus discursos de verdad; la crítica será el arte de la inservidumbre voluntaria, de la indocilidad reflexiva. La crítica tendría esencialmente como función la desujeción en el juego de lo que se podría denominar, con una palabra, la política de la

verdad» (Ibíd., págs. 9-10). Antoni Abad narra en una ocasión un hecho sumamente significativo: «Internet es el diablo», le decía uno de los patriarcas de la comunidad gitana de Lleida. Internet, como toda novedad, como todo lo extraño, aparece como una amenaza de desestabilización porque posibilita acciones que no caen, que no pueden ser administradas, dentro de las reglas de gobierno ya sancionadas. Como decíamos antes, a los jóvenes participantes en canal*GITANO se les ocurrió entrevistar a los patriarcas, acercarse a ellos y pedirles que explicaran qué es ser gitano, ser un patriarca y qué entienden por «payos». Canal*GITANO se convierte así en una herramienta que, al evidenciar los mecanismos de poder y verdad, permite posicionarse frente a ellos y hacerlos patentes y vulnerables. El uso imprevisto de los medios electrónicos, de los teléfonos móviles y de Internet, critica, en el sentido de Foucault, las relaciones sociales instauradas. En otra ocasión, Antoni Abad hacía referencia a su trabajo pasado como escultor y a cómo su actitud de escultor caracteriza la manera en que actualmente trabaja con los medios digitales. Decía al respecto que busca «modelar el medio para que lo usen otros», y concluía con una pregunta: «¿por qué habrían de tener los artistas una visión privilegiada?».

Referencias bibliográficas

- FOSTER, HAL, «El artista como etnógrafo», en *El retorno de lo real. La vanguardia a finales de siglo*, Madrid, Akal, 2001.
- FOUCAULT, MICHEL, «¿Qué es la crítica? (Crítica y Aufklärung)», en *Sobre la Ilustración*, Madrid, Tecnos, 2006.
- FRIED, MICHAEL, «Art and objecthood», *Artforum*, núm. 5, Nueva York, junio de 1967.
- HARDT, MICHAEL, «Affective Labor», en *Boundary*, vol. 26, núm. 2, verano de 1999.
- HARDT, MICHAEL, y ANTONIO NEGRI, *Imperio*, Barcelona, Paidós, 2005.
- WALLIS, BRIAN (ed.), *Art after Modernism: Rethinking Representation*, Nueva York, The New Museum of Contemporary Art, 1984.

canal*MOTOBOY

- Emisores: Adriana Maria de Oliveira, Alexandre Aparecido Olimpico dos Santos, Anderson do Prado Gil, Alexandre de Moraes Lima, Andrea Sadocco Giannini, Cleyton Pedro Perroni, Edison Cordeiro da Silva, Eliezer Muniz, Francisco Djalma Souza, Luiz Fernando Bicchioni, Matheus Fernandes de Castro, Renato Roque de Loreto Junior, Ronaldo Simão da Costa, Tadeu Ferreira dos Anjos y Tadeu Luiz dos Santos Scabio.
- Retratos motoboys: João Mussolin CCSP.
- Organización: Centro Cultural de España, Centro Cultural São Paulo, AECI, SEACEX.
- Quiosco tàctil de consulta del canal*MOTOBOY programado por Lluís Gómez de Hangar-Barcelona y producido por el Centre Cultural la Mercè de Girona 2008.

Do outro lado da Cidade

- 2007 DVD 18" V.O. portugués con subtítulos en español e inglés.
- Una interpretación de los contenidos multimedia asociados a algunos de los más utilizados en el canal*MOTOBOY hasta diciembre de 2007:
<acidente> <corredor> <chuva> <dia-a-dia>
<estacionamento> <moto> <motoboy> <perigo>
<trabalho> <transito>
- Producción: Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior (SEACEX).
- Glória Martí y Antoni Abad, 2007.



Meu nome é Ronaldo

- 2007 DVD 12" V.O. portugués con subtítulos en español e inglés.
 - Previo del proyecto canal* MOTOBOY, que documenta las emisiones iniciales del *motoboy* Ronaldo Simão da Costa, que comenzó a transmitir en 2006, cinco meses antes del inicio del proyecto en São Paulo.
 - Producción: Bienal de Valencia, Centro Cultural de España en São Paulo.
 - Glória Martí y Antoni Abad, 2007.
-
- Eugenio Tisselli (Ciudad de México, 1972). Poeta y programador, entre sus áreas de interés se encuentran el diseño de interfaces físicas, el desarrollo de software multimedia y las narrativas digitales. Su obra (instalaciones, *performances*, software, texto y net.art) se ha presentado en diversos festivales y exposiciones de todo el mundo. Desde 2001, trabaja junto con el artista Antoni Abad en el proyecto *www.zexe.net*. Ha impartido clases en diversos cursos relacionados con el arte electrónico de varias escuelas y universidades de Barcelona, como el Media Centre d'Art i Disseny (MECAD) y la Universitat Pompeu Fabra. Durante 2005 y 2006, codirigió el Máster en Artes Digitales de la Universitat Pompeu Fabra. Ha dirigido seminarios en línea para UNESCO-digiARTS. En la actualidad, trabaja como investigador asociado en Sony Computer Science Laboratory en París. Su obra personal se puede ver en www.motorhueso.net.



- Glòria Martí (Barcelona, 1965). Realizadora de vídeo desde 1993, en el año 2000 recibió el M.F.A. en Arte y Multimedia por el California Institute of the Arts. Su trabajo forma parte de los archivos OVNI y Mediarights.org, y de la distribuidora Hamaca, y ha sido mostrado internacionalmente en diversos festivales y eventos: Anthology Film Archives, Artists Space y The Knitting Factory de Nueva York; Kunstfactor de Berlín; Museo Nacional de las Artes de La Habana; Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid; Centre de Cultura Contemporània y Museu d'Art Contemporani de Barcelona, entre otros. En el año 2002 recibió el premio FIAV, Festival d'Images Artistiques et Video de Nimes, Francia.

Exposiciones individuales (selección):

- *canal*ACCESSIBLE*, Centre d'Art Contemporaine, Ginebra, Suiza (2008).
- *canal*MOTOBOY*, Centro Cultural São Paulo, Brasil (2007).
- *Taxistas, gitanos y prostitutas*, Galleria Giorgio Persano, Turín, Italia (2006).
- *canal*ACCESSIBLE*, Centre d'Art Santa Mònica, Barcelona, España (2006).
- *canal*GITANO*, Centre d'Art La Panera, Lleida, España (2005).
- *sitio*TAXI*, Centro Cultural de España y Centro Multimedia, México D.F., México (2004).
- *Ego*, Media Lounge/New Museum of Contemporary Art, Nueva York, Estados Unidos (2001).
- *Últimos deseos*, II Bienal Iberoamericana de Lima, Perú (1999).
- *Sísifo*, Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, Argentina (1999).
- *Medidas de emergencia*, Espacio Uno/Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid, España (1997).

Exposiciones colectivas (selección):

- *canal*CENTRAL*, *Estrecho dudoso: Tráficos*, Fundación Teorética, San José de Costa Rica (2006).
- *canal*INVISIBLE*, en *Cuartos mundos*, La Casa Encendida, Madrid, España (2005).
- *canal*GITANO*, Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León, León, España (2005).
- *sitio*TAXI*, I Bienal de Sevilla, España (2004).

- Centro Cultural de España, México D.F. (2004).
- *The real royal trip*, P.S.1./Museum of Modern Art, Nueva York, Estados Unidos (2003).
- Z, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, España (2003).
- *Big Sur*, Hamburger Bahnhof, Berlín, Alemania (2002).
- Z, MECAD/ZKM'net_condition, Karlsruhe, Alemania (1999).
- Dapertutto La Biennale di Venezia (1999).

Premios:

- Golden Nica Digital Communities, Premio Ars Electronica, Linz, Austria (2006).
- Premio Nacional de Artes Visuales, Generalitat de Catalunya (2006).
- FAD Arquitectura Efimera, Barcelona (2006).
- Honorary Mention Net Vision, Premio Ars Electronica, Linz, Austria (2003).
- Premio Ciudad de Barcelona de Multimedia (2003).
- Premio Ciudad de Barcelona de Artes Plásticas (1998).

Link:

www.zexe.net

notas

¹ Originalmente publicado en canal*MOTOBOY: www.zexe.net, Centro Cultural de España, São Paulo, 2007.

