



Midiarte – Mais que arte na mídia: arte em sua casa (Distribuição Online)¹

Adriano BELISÁRIO²

Aline LOURENA³

Natália MAZOTTE⁴

Vitor ALLI⁵

Ivana BENTES⁶

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

A Internet gera inúmeras possibilidades no campo das artes através de uma série de novas ferramentas. E não mais apenas pelo hipertexto ou pela instantaneidade, mas pela alta interatividade, pela capacidade impensável de reprodução, pela mutação drástica de uma infinidade de conceitos e pela fácil comunicação global. Possibilitou também o surgimento das redes virtuais, um novo momento das redes colaborativas. Assim, cabe ao projeto “Midiarte”, apontar para estas mudanças em todos os níveis – teóricos, sociais, estéticos – a fim de gerar conteúdo crítico e reflexivo sobre este momento vivenciado. Por ora, nosso recorte se restringirá ao que se relaciona às formas de distribuição de produtos culturais e informacionais pelas redes colaborativas, numa tentativa de mapear e levantar questões.

PALAVRA-CHAVE

Arte e tecnologia; estéticas da comunicação; redes eletrônicas; *web-arte*

A - Introdução

No contexto da alta velocidade de surgimento das novas tecnologias digitais, de maneira jamais vista, a arte encontra um novo campo de atuação e experimentação. Novas mídias, novas possibilidades, novas ferramentas e, portanto, novas estéticas e linguagens. Somos obrigados a repensar conceitos em diversos campos da vida social, a partir do impacto desses novos adventos tecnológicos.

A arte eletrônica emerge à frente na análise das inúmeras transformações experienciadas a

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior, na Divisão Temática de Comunicação e Multimídia, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso Com. Social – Hab. Jornalismo, email: adrianobf@gmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Com. Social – Hab. Radialismo, email: alinelourena@gmail.com.

⁴ Estudante do 9º. Semestre do Curso Com. Social – Hab. Jornalismo, email: ncortezrj@hotmail.com

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Com. Social – Hab. Radialismo, email: vitoralli@yahoo.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social da UFRJ, email: ivanabentes@gmail.com.



partir da consolidação da Internet enquanto interface coletiva. Neste sentido, a revisão de muitos conceitos tem um caráter determinante na medida em que as alterações esboçam de forma significativa e irreversível, a passagem da sociedade do controle para a sociedade da informação, marcada pela ampliação e esgarçamento de tais noções. A Internet, por exemplo, subverteu diversos modelos teóricos tradicionais, tais como: o da *autoria*, com a atualização da própria idéia de *propriedade intelectual*; a inserção do *capitalismo cognitivo* na dinâmica das relações sócio-econômicas; o da *virtualidade*; o das *redes colaborativas online*; entre outros, que serão mencionados ao longo do trabalho.

B – Justificativa

A reprodutibilidade infinita ecoou dentro dos princípios da chamada *Web 2.0*. A possibilidade de produção globalizada e acessível gerou o pensamento sobre as novas formas de apropriação dos saberes dentre elas: as licenças de utilização, o código livre, a mídia livre, da flexibilidade dos direitos autorais etc. O compartilhamento de informações tem como condição básica, possibilitar sua própria reutilização, a partir da instantaneidade das ferramentas.

Neste contexto, a formação de redes online nos apresenta um novo paradigma. Se, antes, a comunicação prescindia de um mediador, como gravadoras, redes de televisão, de rádios, jornais etc., agora nos deparamos com a difusão em massa pelas próprias redes da Internet – comunidades, grupos, coletivos, que concorrem diretamente com as grandes mídias. Assim, vemos a formação de nichos e a ascensão de novas estéticas não mediadas por grandes corporações.

Tais possibilidades – e mesmo as tecnologias – surgem em crescimento exponencial. Portanto, o projeto *Midiarte* busca mapear o âmbito dessas novas mídias e as mudanças práticas/teóricas transcorridas nos hábitos sociais, no pensamento contemporâneo e na formação de um imaginário social. Assume-se, portanto, a tarefa de organizar e analisar criticamente os conteúdos gerados por este novo momento da comunicação global e produzir conteúdo não apenas para especialistas no assunto, mas, principalmente, para os que desejam conhecer o que é feito no campo das artes e das novas mídias.

C - Objetivos

Ao falar da relação entre arte e tecnologia, o projeto “*Midiarte*” objetiva investigar os elementos que constituem as estéticas da comunicação geradas e/ou potencializadas pela inserção das novas tecnologias – experimentadas tanto de forma isolada, como a partir da criação de redes,



comunidades e grupos. Direcionando a atenção para os distintos modos de se engendrar política e estética na contemporaneidade, ou seja, do fazer artístico-tecnológico.

No presente texto, analisaremos algumas destas vastas modificações nos campos da informação e da comunicação no tocante às formas de distribuição de produtos *online*. Partiremos do conceito das redes eletrônicas com o intuito de vislumbrar a pluralidade de processos com dinâmicas altamente virtualizadas, estendendo esta noção do “virtual” para além da simulação eletrônica e retomando o conceito de potência de real. Ou seja, entender a virtualidade não como irreal, mas como outra camada de realidade que, por se apresentar constantemente na vida social, influi e modifica seu estado.

Assim, torna-se fundamental a discussão a respeito dos métodos de distribuição *online*, por ilustrarem nitidamente a reformulação incutida na interação entre produtores e consumidores, a partir dos processos de produção e de difusão de produtos disponibilizados e surgidos em função da própria Rede Mundial de Computadores.

Distribuição Online

1) Redes Colaborativas

Toda produção cultural demanda difusão para ser distribuída. O conceito de redes não é novo; menos ainda o de redes colaborativas. De acordo com o dicionário, a definição de redes é bem simples: “conjunto de elementos interligados”. Na prática, ela também o é. Este tipo de organização, não é, pois, novidade. A grande questão dentro do que acontece neste momento da sociedade da informação, se relaciona mais com os objetivos, com a estruturação e com os resultados desta constituição, do que com a própria formação destas redes por si só. Neste caso, atentamos para o fato de que a internet não instaura a noção de colaborativismo, mas consolida uma forma de atuação que engendra interesses específicos de diversos grupos e origens.

O que se nota de novo na constituição das redes virtuais de compartilhamento é o caráter e o nível global – uma malha de pessoas ao redor do mundo que, juntas, produzem, discutem, se informam, ou se divertem. Mais do que comunidades no Orkut, elas são capazes de se organizar para produzir conhecimento e informação, que podem emergir na forma de qualquer produto: *softwares*, textos, jogos, vídeos, músicas etc. Produzir colaborativa e digitalmente, poder-se-ia dizer ser um novo desafio da sociedade da informação, mas, muito pelo contrário, é uma tarefa básica para quem está conectado, seja nas redes de serviço, ou na vida social.

A grande novidade aqui é a agilidade de produção, a partir da apropriação de recursos

mínimos aliada à capacidade de agregar uma multiplicidade de indivíduos, em diversos lugares, provenientes de espaços distintos, simultaneamente. Além disso, toca-se na questão da “mediação”, também coletiva e ágil. Por conseguinte, as redes colaborativas se apresentam de maneira tão forte e com laços tão engendrados que independem de intermediários, como as grandes mídias. São exemplos comuns de mediação coletiva os *Softwares Livres* e a Wikipedia.

No primeiro caso (os *Softwares Livres*), a formação da rede se dá a partir da abertura do código formador do *software*. Qualquer um pode acessá-lo, isto é, abri-lo, reescrevê-lo, ampliá-lo, modificá-lo para melhorá-lo, suprimindo as necessidades dos usuários ao estender a usabilidade de suas próprias ferramentas. Como é o caso do Firefox ou dos sistemas operacionais Linux. Assim, todos criam e se retroalimentam de informações.

No caso particular da Wikipedia (enciclopédia *online* colaborativa), há uma situação peculiar. O site é uma enciclopédia *online*, com verbetes e informações postados pelos próprios usuários. Qualquer um pode entrar, mudar estes verbetes e inserir quaisquer informações - podendo estas serem verdadeiras ou falsas. E como confiar neste conteúdo? Por funcionar em rede colaborativa, todos atuam também como mediadores e vigiam as páginas, verificando e corrigindo o conteúdo veiculado. Um paralelo que se pode traçar aqui, se refere à situação de alguns países europeus e as sociedades vigiadas, que adotam a política de delatores, em que incentivos são dados à sociedade civil para que os próprios cidadãos vigiem a cidade e delatem crimes, trabalhando colaborativamente com a polícia e pelo bem-estar da comunidade a qual se insere.

Assim, no contexto de redes eletrônicas sociais e colaborativas, a difusão de produtos culturais encontra brecha privilegiada. Na Internet, o produto tem a chance de circular o mundo em segundos, dependendo da rede criada para esta difusão. Ao que parece, tudo na Rede acontece de forma exponencial. Se antes um curta-metragem demorava meses para correr o país e alcançar reconhecimento, até mesmo em âmbitos mais restritos, como o universitário, hoje, ele demora minutos para virar um *hit* e alcançar público de milhares de pessoas.

3) Novas Mídias: Mais que a produção ao nosso alcance

Ainda no âmbito das novas mídias, além de colocar em cheque a configuração da sociedade contemporânea originando-se no impacto das emergências dessas tecnologias da informação, há de se salientar, ainda, a existência de um devir estético que carregam consigo. Uma câmera fotográfica compacta, mais do que tirar fotos de família, passeios e outros, pode servir como ferramenta estética para uma proposta artística inédita.

Pensa-se muito na questão da produção de cultura e de informação quando se fala em



novidades midiáticas, barateamento de equipamentos etc. Câmeras, quaisquer que sejam, hoje, são muito mais acessíveis do que se imaginava há alguns anos. A redução dos custos de produção constitui uma realidade e, cada vez mais, estimulada por uma demanda do próprio consumidor. Porém, as novas mídias não trouxeram apenas novos meios para se produzir. Mais do que unidades móveis produtoras, somos unidades móveis distribuidoras de nossos próprios produtos culturais. Um vídeo difundido pelo Youtube, por exemplo, pode alcançar um público inimaginável gratuitamente - basta subi-lo o produto para a Rede Mundial e divulgá-lo.

Toda esta realidade nos joga contra uma série de questões – estéticas e políticas. A distribuição de produtos culturais não acontece mais através de um mediador específico. Qualquer um pode criar e distribuir. E isto gera impactos significativos na constituição de estéticas na sociedade, ou seja, na construção de imaginários coletivos.

Mais do que as qualidades técnicas das mídias gerarem estéticas, suas limitações também as geram. Vídeos próprios de Internet, por exemplo, se utilizam de questões em voga no mundo contemporâneo, como o voyeurismo a partir do vídeo amador ou da vídeo-vigilância, do flagra. O telejornal por sua vez, incorpora estas limitações midiáticas para reafirmar retóricas – vide os vídeos de celular enviados por espectadores que estavam no momento de uma notícia qualquer.

A relação entre o público e o material publicado é outra. Os filmes de Internet, ou de celular, ou todos estes microfilmes, lidam com outra temporalidade, com outro tipo de espectador que, hoje, interage diretamente com a obra e se impõe também como autor, ao interferir radicalmente na sua construção. As estéticas da vigilância, por sua vez, instauram um novo momento na percepção da dita realidade, tanto na TV, como na vida social. A imagem continua valendo do mais que mil palavras. E não há mais nada de mal nisto.

C) Considerações Finais

Retomando a idéia de que a Internet é o campo mais amplo e o berço emergente das grandes possibilidades de produção e de difusão cultural, informacional etc., fica claro que nela habita o cerne dos interesses contemporâneos. Assim, tomando tudo o que vimos até agora, todas essas questões nos remetem a uma série de outras tão ou mais inquietantes. Afinal, se a Rede promove mudanças tão radicais e nos apresenta a novos conceitos, que, a esta altura, já são vividos e sobre os quais pouco se teoriza, como utilizá-la de forma a suprir as carências do mundo? Cada vez mais a Internet gera e movimenta a economia global. Como pessoas e empresas conseguem se capitalizar apenas conectadas? Talvez, se as redes colaborativas não têm respostas a estas perguntas, pelo menos podem apresentar caminhos bem sucedidos, traçados de maneira clara e eficiente.



A principal proposta é repensar conceitos desdobrados no campo da produção da arte e estética contemporânea (no campo da Mídia-Arte), articulando uma contraposição entre os modelos teóricos tradicionais e buscando compreender quais estéticas de comunicação emergem deste contexto. Outro desdobramento importante é a análise das conseqüências não apenas do ponto de vista estético, mas também político e filosófico do conceito de "redes", perpassando por campos múltiplos: culturais, artísticos e sociais.

D) BIBLIOGRAFIA

- ASCOTT, Roy. A arquitetura da cibercepção. In: GIANNETTI, Claudia (Ed.). Ars telemática: telecomunicação, internet e ciberespaço. Lisboa: Relógio D'Água, 1998.**
- BARRETO, Ricardo e PERISSINOTO, Paula. A Cultura da Imanência In: FILE: internet digital cultural art (Catálogo do Festival Internacional de Linguagem Eletrônica) São Paulo: Imprensa Oficial do Estado; Paço das Artes, 2002.**
- BEIGUELMAN, Giselle. Ciberarte de A a Z. Trópico, São Paulo, ago. 2002a. Seção Novo Mundo. Disponível em: <http://www.uol.com.br/tropico>. Acesso em 20 nov. 2002.**
- BENTES, Ivana. Redes eletrônicas, arte e tecnologia: novos modelos teóricos. Projeto de Pesquisa. Rio de Janeiro: CIEC, 2000.**
- BROGGER, Andreas. Net Art, web art, online art, net.art? On Off Hvedekorn, Dinamarca, dez. 2000. Seção Texts. Disponível em: <http://www.afsnitp.dk/onoff/texts.html>. Acesso em 10 ago. 2002.**
- DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. Mil Platôs. São Paulo: Editora 34, 1997.**
- JOHNSON, Steven. Cultura da interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.**
- KERCKHOVE, Derrick de. A pele da cultura: uma investigação sobre a Nova Realidade Eletrônica. Lisboa: Relógio d'Água, 1995.**
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.**
- PRADO, Gilbertto. Estudo e criação dos sites de arte na rede internet. In: Anais do IX Encontro Nacional da ANPAP – Associação Nacional dos Pesquisadores em Artes Plásticas. Volume 2. São Paulo: ANPAP, 1997b.**
- MANOVICH, Lev. Generation Flash. Lev Manovich New Media Research, San Diego, mar. 2002a. Seção Articles. Disponível em: <http://www.manovich.net/>. Acesso em: 12 nov. 2002.**
- MANOVICH, Lev. New Media: a User's Guide. Lev Manovich New Media Research, San Diego, abr. 2002c. Seção Articles. Disponível em: <http://www.manovich.net/>. Acesso em: 12 nov. 2002.**
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da Inteligência. Editora 34. Rio de Janeiro. 1994.**



_____ e AUTHIER, Michel. **As árvores do conhecimento**.. Editora Escuta. São Paulo.1995

_____ . **Cibercultura**. Editora 34. Rio de Janeiro. 2000

_____ **A Ideografia dinâmica: rumo a uma imaginação artificial?** Edições Loyola. 1998