



Universidade de São Paulo
Escola de Engenharia de São Carlos
Departamento de Arquitetura e Urbanismo



Arte e cultura digital: produção do impermanente



SAP 5865 | Concepção Arquitetônica e Cultura Digital
[Profa. Dra. Anja Pratschke]

Aluna: Grazielle Lautenschlaeger
Código USP: 5736855



São Carlos
Julho | 2007

ARTE E CULTURA DIGITAL: PRODUÇÃO DO IMPERMANENTE

LAUTENSCHLAEGER, G. ¹; PRATSCHKE, A. ²

Resumo

Leitura crítica dos meios de produção na Arte, sob a ótica das transformações que a Cultura Digital promove na Arte, na Comunicação e na difusão de Patrimônios Culturais. Introduce alguns centros específicos de produção, apoio e exposição, e os modos de produção interdisciplinares que estão na base das novas configurações dos processos produtivos e criativos, questionando o papel do artista enquanto autor. Analisa uma proposta diferenciada de museologia, o Museu da Língua Portuguesa, que se propõe, através da criação de eventos e meios interativos, a aproximar o público dos múltiplos aspectos da língua de forma lúdica e exploratória. A virtualização, a comunicação, e o pensar sistêmico, junto à Cultura Digital, levam o foco do objeto para o processo de criação e para o papel do usuário, sugerindo um processo aberto, auto-organizacional e, de certa forma, impermanente.

Abstract

A critical view of the means of production in Art, from the viewpoint of the transformations that Digital Culture promotes in Art, Communication and in Cultural Heritage. We introduce some specific production centers, support, exhibition and the cross-disciplinary means of production. The means of production are in the basis of new configurations of productive and creative process, questioning the role of the artist as an author. In a third moment, we analyze a different proposal of museology, the *Museu da Língua Portuguesa*. This Museum aims, by the development of events and interactive media, to approach the public in an exploratory and ludic way to different aspects of the language. The virtualization, communication and the systemic thinking, with the Digital Culture, have driven the focus from the object to the process of creation itself and the user's role, suggesting a self-maintaining and, at some level, non-permanent open process.

Palavras-chave: Centros de produção. Arte. Cultura digital. Patrimônio cultural.

¹ Grazielle Lautenschlaeger é bacharel em Imagem e Som pela Universidade Federal de São Carlos, mestranda em Arquitetura e Urbanismo pela Escola de Engenharia de São Carlos / Universidade de São Paulo. NOMADS.USP - Núcleo de estudos de habitares interativos (www.eesc.usp.br/nomads). Rua Sete de Setembro, 2053 Centro - São Carlos/SP - 13560-180 – falecomagra@gmail.com.

² Anja Pratschke é arquiteta pela École d'Architecture de Grenoble, França, professora doutora do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Escola de Engenharia de São Carlos / Universidade de São Paulo e coordenadora do NOMADS.USP - NOMADS.USP - Núcleo de estudos de habitares interativos. (www.eesc.usp.br/nomads). Avenida Trabalhador São Carlense, 400. C.P.359. 13560-970 - pratschke@sc.usp.br.

OS CENTROS DE MÍDIA: SURGIMENTO E CONTEXTUALIZAÇÃO

Observando o campo cultural contemporâneo, através da qualidade e natureza de centros de produção e exibição, festivais, publicações, conferências, entre outros, pode-se dizer que no caso das mídias digitais, elas levaram cerca de dez anos para se consolidarem como um novo campo de experimentação nas artes e no âmbito da cultura em geral.

Embora desde os anos 1970, o SIGGRAPH³ nos EUA e o *Ars Electronica*⁴ na Áustria tenham atuado na reunião de trabalhos artísticos mediados por computador, somente no fim dos anos 1980, surgem centros de produção e suporte para a chamada *new media art*, como o ZKM - *Zentrum fuer Kunst und Medien*,⁵ em Karlsruhe (1989), o *New Media Institute* em Frankfurt (1990), o ISEA - *Inter-Society for the Eletronic Arts*, na Holanda (1990) e o *InterCommunication Center* no Japão (1990). Assim, durante todos os anos 1990, Europa e Japão permanecem como os lugares para produzir, apreciar e participar de discussões em nível elevado na área de arte tecnológica. Nos EUA, por sua vez, onde predomina uma cultura assumidamente regida pelo mercado e, ao contrário da Europa, não houve nesse período apoio do setor público para produção cultural, a rápida assimilação das tecnologias digitais não proporcionou tempo para reflexão sobre a área. [MANOVICH, 2003].

Hoje, apesar de existirem centros de estudo e produção de arte tecnológica pelo mundo todo, ainda se reconhece o acesso para o público como bastante reduzido na escala mundial. O Brasil tem como exemplo relevante o Instituto Itaú Cultural⁶, criado em 1986 em São Paulo, uma instituição privada que mantém um laboratório de mídias interativas (Itaulab), promove financiamentos e organiza simpósios e mostras sobre o assunto. Outro exemplo seria o FILE – Festival Internacional de Linguagem Eletrônica⁷, com edições anuais em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Outros centros de pesquisa e produção de arte eletrônica no Brasil se encontram vinculados a universidades, como é o caso do Núcleo da Tecnologia da Imagem (N-Imagem) criado em 1987 por André Parente na ECO/UFRJ e de outros centros de pesquisa encabeçados por pesquisadores e artistas como Rejane Spitz (1992 - Núcleo de

³ <http://www.siggraph.org> acessado em 20 de maio de 2007.

⁴ <http://www.aec.at> acessado em 20 de maio de 2007.

⁵ Considerado por Hans-Peter Schwarz como a “Bauhaus eletrônica”. O centro publica periodicamente materiais sobre si mesmo e suas produções, esboçando uma “*Media Art History*” <http://www.zkm.de> acessado em 20 de maio de 2007.

⁶ <http://www.itaucultural.org.br>, acessado em 20 de maio de 2007.

⁷ <http://www.file.org.br>, acessado em 20 de maio de 2007.

Arte Eletrônica do Departamento de Artes e Design da PUC/RJ), Suzete Venturelli (1989 - Laboratório de Imagem e Som do Departamento de Artes Visuais da UnB), Silvia Laurentz e Gilbertto Prado (ECA/USP), Giselle Beiguelman (PUC/SP), entre outros.

No entanto, tais iniciativas são tidas como manifestações isoladas, uma vez que os estudos sobre o assunto ainda são incipientes e feitos por pouquíssimos pesquisadores em função, entre outras razões, dos escassos e restritos recursos financeiros investidos, tanto no âmbito da pesquisa, quanto no da produção e da disseminação do conhecimento produzido.

A partir das considerações feitas até aqui, é possível relacionar o surgimento dos centros de mídia e arte eletrônica com o processo de privatização da cultura que se intensifica a partir da década de 1980. Trata-se de um cenário problemático que, preocupantemente, alinham arte e cultura, ambas pertencentes ao universo simbólico, à lógica de mercado (concorrência, lucro e caráter privado). [WU, 2006].

Sabe-se do histórico da arte em ser patrocinada pelos que possuem poder e status na sociedade, como no Renascimento, quando a burguesia, desprovida de terra mas provida de dinheiro, iniciou a prática do mecenato, atribuindo valor de mercado aos objetos artísticos, tornando-os também um símbolo de status social. De outro lado, também assistimos ao uso das artes como instrumento de propaganda ideológica do Estado.

Hoje, com a consolidação das democracias capitalistas, Estado e mundo empresarial se constituem como os dois principais papéis em relação às artes. O mundo empresarial usa as artes como instrumento para obter poder político no interior do Estado Moderno. Dentro dessas circunstâncias, é inegável que os diferentes tipos de organização das instituições de fomento à arte interferem diretamente na potência e na qualidade da arte e cultura pesquisadas, produzidas e disseminadas.

Chin-tao Wu, especialista em arte e cultura contemporâneas, coloca que nos EUA, onde se tem uma cultura assumidamente regida pelo mercado, o cenário cultural se constitui basicamente por instituições privadas sem fins lucrativos, sendo as artes 90% financiadas por indivíduos. Já na Grã-Bretanha, o cenário é composto por instituições "públicas" e a legislação tributária não incentiva doações privadas. Cabe aqui investigar quais as implicações dessas diferenças. É possível uma arte verdadeiramente transgressora que sirva ao mercado? Como se torna possível a mercantilização de algo que pertence ao universo simbólico?

No caso da produção artística dos centros de mídia e arte eletrônica, que está necessariamente atrelada ao desenvolvimento de uma determinada tecnologia fornecida pelo mercado, como ignorar ou subverter a lógica do mercado e deixar vazar a pulsão criativa de um ato de resistência que é a arte? Ou existe um ciclo infinito, em que a lógica do mercado está avidamente de olhos abertos sobre essa pulsão para sugá-la, se apropriar e em seguida despotencializá-la? Caminhando nesse sentido, é preciso tornar ainda mais evidente a defesa da arte e da cultura subsidiadas pelo Estado, a favor do interesse público.

Além disso, na perspectiva de que o consumo de bens culturais como insumos da produção de relações e identidades sociais, observa-se que essa estrutura coincide com distinção social e a distinção de classe. O sistema de investimento privado em arte e em cultura acaba se constituindo historicamente como moeda simbólica e formas de dominação [WU, 2006].

SUJEITOS E PROCESSOS DE PRODUÇÃO

A partir da compreensão do declínio do objeto, descrito por Frank Popper (1975) e o olhar mais apurado sobre os processos criativo e de produção, investiga-se aqui os mecanismos e os sujeitos envolvidos na produção de conteúdos semânticos a partir das mídias digitais, tais como a arte eletrônica. Observa-se que para a execução de uma proposta são contratados tanto profissionais (entre artistas, arquitetos e engenheiros) quanto empresas de diversas áreas, cada qual com seus respectivos processos de produção. Tende-se simultaneamente às especializações e à interdisciplinaridade.

E, como nada se isenta da lógica do mercado, inclusive cultura e tecnologia, hoje existem empresas especializadas em projetos interativos com mídias digitais, atuando na concepção, planejamento e realização de projetos para a indústria, para a cultura e para o setor de pesquisa, como é o caso da alemã ART+COM⁸. Ou mesmo em inserções mais específicas, como é o caso da Sirius Interativa⁹ e da BRQ¹⁰, envolvidas na criação do Museu da Língua Portuguesa.

Essas novas relações estabelecidas no processo de criação conduzem a novas reflexões sobre o estatuto da arte, da produção cultural e do papel do artista no contexto das mídias digitais. De que maneira os artistas têm se movimentado sob essas novas

⁸ <http://www.artcom.de>, página acessada em 20 de maio de 2007.

⁹ <http://www.sirius.com.br>, página acessada em 20 de maio de 2007.

¹⁰ <http://www.brq.com.br>, página acessada em 20 de maio de 2007.

condições? Para o teórico da linguagem das mídias Lev Manovich, a velocidade da materialização das tecnologias está à frente da arte. Elas vão além do que são capazes de imaginar os artistas. Segundo ele, o mais fantástico hipertexto seria a própria web, o trabalho mais interativo, a própria interface homem-computador, e o filme mais vanguardista seria o próprio programa que torna possível ao usuário montar seu próprio filme. Para ele, os grandes artistas do nosso tempo e que seriam lembrados na posteridade, são os cientistas computacionais, aqueles que têm articuladas as idéias sobre interação homem-computador e são capazes de inventar não apenas novas maneiras de representar informações, mas que redefinem radicalmente novas interações frente a toda uma cultura pré-existente. [MANOVICH, 2003].

Manovich também coloca que a chegada das mídias digitais (*new media*) dá continuidade ao processo de diferenciação entre a lógica do mundo da arte e a lógica do mundo das mídias. Na mesma direção, Deleuze afirma que a arte não deve comunicar nada. Comunicação para ele diz respeito a transmissão e a propagação de uma informação a qual se constitui enquanto palavra de ordem. Em contraposição, a arte se configura como ato de resistência, contra-informação. Ato de resistência no sentido de que desobedece sempre, ignora as palavras de ordem, não aspira transmitir nada e ainda dissolve as informações que a circundam [DELEUZE e GUATTARI, 1996].

No entanto, é possível observar que mesmo as artes e as mídias pertencendo a universos distintos, existem movimentos pela busca do diálogo entre ambas. E neste campo de tensão, alguns artistas, dentro dos centros de mídia e arte eletrônica, têm conseguido frutos bastante interessantes em suas pesquisas e experiências.

ESPAÇOS DE EXPOSIÇÃO | O MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA

Não propriamente como um espaço de exposição de arte, mas como espaço que recebeu um tratamento artístico utilizando as mídias digitais, há no Brasil o exemplo do Museu da Língua Portuguesa. Realizado pela Fundação Roberto Marinho e pela Secretarias de Cultura e de Educação do Estado, com o apoio e parceria de diversas instituições privadas, o Museu se configura como uma nova concepção de difusão de patrimônio cultural, de bens imateriais, e da própria idéia de museologia no país.

Se propondo a mesclar arte, ciência e mídias digitais, o Museu apresenta espaços que, em sua totalidade, cumprem a complexidade do que significa a língua portuguesa no contexto brasileiro.

A especificidade das mídias digitais, de poder de aglomerar, manipular e relacionar diferentes inputs, entre textos, sons, imagens e outros, é uma rica possibilidade na tradução da complexidade de um patrimônio cultural. Edmond Couchot em *Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração*, fala sobre a característica da arte numérica ser, antes de tudo, uma arte da hibridação.

uma hibridação quase orgânica das formas visuais e sonoras, do texto e da imagem, das artes e das linguagens, dos saberes instrumentais, dos modos de pensamento e de percepção, no entanto, cabe ao artista encontrar a maneira de como fazer as tecnologias se curvarem a seus sonhos. [COUCHOT, 1996, p.47].

Mas a pergunta que deve ser feita é: como vem sendo construída essa convergência? É preciso orientar as aplicações de sistemas digitais no âmbito de herança cultural para a capacidade de mudar maneiras e abordagens de comunicação e aprendizagem. [FORTE, 2006]. O virtual comunica, o usuário aprende e cria nova informação. Para Bateson, “sem contexto não há comunicação” [BATESON, apud FORTE, 2006, p. 395]. No Museu, a língua portuguesa virtualizada comunica ao visitante aspectos plurais de sua cultura que dizem respeito a sua própria identidade.

É possível olhar sobre a totalidade das espacialidades e das experiências proporcionadas pelo Museu como um sistema híbrido e complexo. Sistemas complexos são aqueles que incluem um grande número de componentes interagindo de maneira não linear, frequentemente conduzindo para comportamentos não esperados. Ciências complexas exploram como as partes se relacionam com o todo, descrevendo as interações entre espaço, sistema e observador [FORTE, 2006].

Através de uma varredura histórica desde o surgimento da linguagem à noção de língua viva sendo construída até os dias de hoje, e de leituras das relações entre língua e literatura, língua falada e língua escrita, o visitante é quem constrói a própria narrativa na medida em que experimenta as imagens, os objetos e os espaços propostos.

Apesar da proposta de um piso interativo no Museu da Língua, não são trabalhadas formas de entrada de dados por parte do usuário de forma que essas entradas comecem a se integrar com as condições pré-concebidas no sistema. No museu,

a tela apresenta-se então como uma pequena janela a partir da qual o leitor explora uma reserva potencial. Potencial e não virtual. Pois a entalhe digital e o programa de leitura predeterminam um conjunto de possíveis que, mesmo podendo ser imenso, ainda assim é numericamente finito e logicamente fechado. [LÉVY, 1996, p.39].

Sabe-se que as limitações do sistema são uma característica inerente às mídias digitais [LÉVY, 1996, p.39], mas existem maneiras de se explorar a potencialidade e as especificidades das tecnologias digitais.

Em diálogo com a obra de Walter Benjamin, Bill Nichols fala sobre a substituição da fetichização do objeto pelo processo de interação/simulação, quando o fruidor, agora usuário e não mais mero espectador, almeja certa liberdade, mesmo submetido ao sistema da simulação. Para ele, a crítica sobre mídias interativas deve ir além das teorias de representação em imagens, uma vez que aplicações interativas não são imagens, mas sim máquinas que geram imagens. [NICHOLS, 2003].

Na perspectiva da difusão do conhecimento e do patrimônio cultural, sabe-se que a espacialidade da informação aumenta o impacto cognitivo e é premissa fundamental para a obtenção do máximo efeito de alfabetização de um ecossistema virtual. [FORTE, 2006]. E ainda, quanto mais são criadas diferenças entre o sujeito e o sistema durante o processo de aproximação perceptual-motora e reconstrução simbólica, mais se efetiva o aprendizado. [ANTINUCCI, 2004 apud FORTE, 2006].

Somando essas colocações ao conceito de Pierre Lévy, da virtualização enquanto “elevação à potencia da entidade considerada”, como “mutação de identidade”, como “deslocamento do centro de gravidade ontológico do objeto” e construção de um “campo problemático” [LÉVY, 1996, p.18], podemos vislumbrar as espacialidades e experiências propostas pelo Museu como a virtualização do patrimônio cultural que é a língua portuguesa, constituindo-se como instrumento potencialmente eficaz para a disseminação e aprendizagem desse conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No que diz respeito à difusão de um bem imaterial a partir do diálogo entre arte e mídia digital, vislumbra-se um diálogo bastante promissor e frutífero tanto para os criadores quanto para os fruidores das experiências proporcionadas. No entanto, espera-se que nas experiências desse diálogo seja possível partir para uma estética deleuziana, para a idéia de que “*A arte conserva, é a única coisa no mundo que se conserva. Conserva e se conserva em si (...), embora, de fato, não dure mais que seu suporte e seus materiais...*” [DELEUZE, 1996, p.216]. Assim, parece existir um caminho para lidar com algo que deve permanecer (bem imaterial) por meio de algo que se esvai ao longo do tempo (suporte).

Sem retirar o mérito do Museu da Língua Portuguesa na organização e na disseminação do patrimônio cultural brasileiro, é preciso ressaltar talvez, alguns “vícios” que permeiam a produção cultural num país onde a assimilação rápida e fácil da televisão se impregna nos brasileiros antes mesmo dele aprender a ler, e que de alguma forma afetaram o processo de virtualização proposto pelo Museu.

Talvez a lógica do Museu da Língua Portuguesa, apesar de se propor a uma leitura inovadora do conceito de museu, ainda esteja atrelada a um sistema de comunicação emissor-receptor de única via. As mídias digitais, apesar de se constituírem enquanto sistemas que possuem suas limitações, são mídias abertas por serem capazes de reconfigurar a lógica da comunicação, através do sistema emissor-receptor de mão dupla, em que o usuário também se torna capaz de produzir conteúdo. Faz falta em nosso grande exemplo bem-sucedido de utilização semântica das mídias digitais a recursividade da cibernética de segunda ordem, do papel do usuário e da auto-regulação do sistema. Um museu poderia abrigar espaços para uma relação mais efetiva do visitante com seu acervo, tais como espaços para oficinas, cursos de formação, visitas técnicas de pesquisadores de áreas afins, entre outras atividades? É possível que esses espaços se liguem diretamente ao compromisso educacional, ao invés de disfarçadamente espetacularizar o acesso ao conhecimento? É preciso criar meios para se movimentar por debaixo do perverso processo de mercantilização da arte e da cultura.

Que os exemplos para serem analisados se multipliquem, pois produzindo que se aprende, se inventa, se reinventa. É preciso assumir o desafio de transformar as certezas das ciências em incertezas da sensibilidade, em gozo estético. Diluir o exagero de clareza dos “zeros” e “uns” em sombra, buscando acordos e diálogos entre eles. Não será a tecnologia em si a protagonista no momento de fruição, mas a graça que os novos sentidos que as mídias digitais podem proporcionar.

REFERÊNCIAS

- COUCHOT, Edmond. **Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração.** In Imagem-máquina: A Era das Tecnologias do Virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.
- DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente.** Petrópolis/RJ: Vozes, 1993.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. O que é a filosofia? Rio de Janeiro: Ed 34, 1996.
- FORTE, Maurizio. Ecological cybernetics, virtual reality, and virtual heritage. In: CAMERON, F. (Editor), KENDERDINE, S. (Editor). **Theorizing digital cultural heritage: a critical discourse** (Media in Transition). The MIT Press, 2006.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: ed. 34, 1996.
- MANOVICH, Lev. **New media from Borges to HTML.** in WARDRIP-FRUIN, N., MONFORT, N., The Media reader, Cambridge: MIT Press, 2003, p. 13-25
- MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA, <http://www.museudalinguaportuguesa.org.br/> acessado de abril a julho de 2006.
- NICHOLS, Bill. **The work of culture in the age of Cybernetic Systems.** in WARDRIP-FRUIN, N., MONFORT, N., The Media Reader, Cambridge: MIT Press, 2003, p.625 - 641.
- POPPER, Frank. **Le declin de l'objet - art action participation 1.** Paris: Chêne, 1975.
- SANTOS, Laymert Garcia dos. **Modernidade, Pós-modernidade e metamorfose da percepção.** In Politizar as novas tecnologias: o impacto sócio-técnico da informação digital e genética. São Paulo: Editora 34, 2003.
- SCHWARZ, H.P. **Media Art History.** Karlsruhe: Prestel, 1997.
- WU, C. **Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80.** São Paulo: Boitempo, 2006.