



Intersecções entre Comunicações e Artes: uma Leitura Possível¹

Judivan Alves FERREIRA²

Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

Resumo:

Aborda as transformações trazidas pelos meios de comunicação ao universo da arte e da cultura à luz dos estudos de Theodor Adorno, Walter Benjamin e Marshall McLuhan – teóricos influentes no âmbito comunicacional e que possuem pensamentos “atuais” na contemporaneidade – e, além destas transformações desencadeadas pelos media, apresenta as contribuições de Lucia Santaella e Arlindo Machado, teóricos brasileiros, no que diz respeito à convergência das artes e das comunicações e artemídia. Evidencia, face à literatura utilizada, as intersecções entre comunicações e artes.

Palavras-Chave: Interfaces Comunicacionais. Intersecções entre Comunicações e Artes. Comunicação. Arte.

Palavras Iniciais

A arte, parte importante da vida e das culturas humanas, é interdisciplinar e estudada em várias áreas do conhecimento como, por exemplo, na filosofia, na sociologia, na psicologia, na literatura, na economia e, dentre outras, na comunicação.

Tradicionalmente cabe à filosofia da arte e à estética, ramos da filosofia, teorizar de maneira abrangente sobre a arte e as sensações que dela advêm. Entretanto, segundo Gordon Graham (1997), no livro *Filosofia das Artes*, “os filósofos não são os únicos a desenvolver teorias da arte. Também os sociólogos, os musicólogos, os críticos da arte e os teóricos da literatura o têm feito”. Neste sentido, vale mencionar que teóricos do campo comunicacional deram importantes contribuições ao debate sobre a Arte e os laços entre arte e comunicação.

O objetivo deste artigo é, portanto, verificar as intersecções entre comunicação e arte e justifica-se na medida em que as sociedades e as culturas não podem ser apreendidas na contemporaneidade sem levar em consideração as artes e as comunicações.

¹Trabalho apresentado no IJ 06 – Interfaces Comunicacionais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

²Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UFT, e-mail: judi.ferreira@uft.edu.br.



Na elaboração deste foi realizada a pesquisa bibliográfica com revisão do *corpus*. A revisão de literatura foi fundamental na execução do artigo e o referencial teórico, diversificado entre artes e comunicação, incorporou nomes de autores que até hoje são mencionados em trabalhos acadêmicos de cunho comunicacional e no âmbito das artes.

Transformações Trazidas pelos Media ao Universo da Arte

Theodor Wiesengrund Adorno, Walter Benjamin e Marshall McLuhan, cada um à sua maneira, observaram as transformações trazidas pelos meios de comunicação ao universo da arte e da cultura. Eles iluminam o pensamento comunicacional sobre a arte de tal modo que até os dias de hoje podemos nos guiar por suas observações. Estas, apesar do tempo transcorrido demonstram atualidade na contemporaneidade, não à-toa, são objetos de análise nas universidades, instituições culturais e mídia.

Na tese *A Mediatização da Arte*, Ana Beatriz de Paiva Costa Barroso (2007) destaca que os pensadores Adorno, Benjamin e McLuhan, habitualmente estudados no campo de conhecimento da comunicação, são centrais para o debate acerca das relações entre arte e meios comunicacionais. Tais teóricos pensam, respectivamente, as implicações políticas da indústria cultural, os usos sociais das tecnologias de reprodução da imagem e a transformação psíquica-sensorial provocada pelos meios de comunicação.

Cabe mencionar que com o passar do tempo os meios de comunicação foram evoluindo e, ao passo que iam se desenvolvendo, surge a necessidade de se atentarem para as questões estéticas abrindo espaço para as artes utilitárias como, por exemplo, o design, artes gráficas, decoração, entre outras.

Em *Teoria Estética*, Adorno (1933) coloca a arte como transformação do real e inicia o livro com a seguinte frase: “hoje aceitamos sem discussão que, em arte, nada pode ser entendido sem discutir e, muito menos, sem pensar”. Discutir e pensar a arte – seja na comunicação ou em outra área do conhecimento – nas palavras de Ernst Fischer (2007) é um imperativo, uma forma de colocar a humanidade em estado de equilíbrio.

Além disso, Rodrigo Duarte (2010, p. 221) aponta que “para Adorno, o âmbito estético não era apenas uma dimensão essencial do seu trabalho teórico, mas algo constituinte de sua biografia”.

O pensamento adorniano, conforme Barroso, é:



[...] extremamente poderoso no que tem de crítica e denúncia – inclusive ao termo cultura de massa, que segundo ele induziria ao erro por dar a entender que a indústria seja capaz de produzir alguma coisa –, porém pode levar à desesperança na força humana de transformação e superação de situações dramáticas (BARROSO, 2007, p. 50).

Embora Adorno tenha dado importantes contribuições para o campo filosófico e comunicacional sobre a arte, não se pode endossar o radicalismo da crítica dele acerca do que é certo ou errado relacionado à cultura e à arte nas sociedades contemporâneas. Isto se deve em função do exagerado pessimismo relativo ao contexto histórico vivido por ele.

Denis Huisman (1997, p. 64), no livro *A Estética*, explica que não se pode compreender a “Teoria Crítica” em geral, denominada também Escola de Frankfurt, “e a Estética de Adorno, em particular, sem as situar no horroroso contexto histórico dos campos de morte [...] e o político da bipartição do mundo em dois blocos ideológicos”.

A Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) interferiu, consideravelmente, na vida de Adorno e da humanidade. A ascensão ao poder do Nazi-Fascismo, além da barbárie, obrigou a transferência sucessiva do Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt para Genebra e Paris até chegar em Nova York. A Guerra Fria e a bipolarização do mundo política e ideologicamente rendeu aos pensadores inúmeros estudos sobre o impacto dos meios de comunicação na cultura.

A industrialização e o desenvolvimento dos media provocou, conforme Duarte (2010, p. 223), “o inchaço das cidades com massas de pessoas [...] que não dispunham nem da preparação intelectual necessária para compreender a arte complexa que começava a ser produzida, nem dos recursos financeiros para, de algum modo, consumi-las”.

Marilena Chaui (2004) corrobora o pensamento de Duarte sobre o inchaço das cidades no sentido de que foi o desenvolvimento da sociedade industrial que provocou o êxodo rural, fazendo com que os trabalhadores passassem a residir nas periferias das grandes cidades. Esta mudança de cenário e contexto transformou, significativamente, as relações culturais e artísticas destas pessoas.

O crescimento do fluxo possibilitou o crescimento da fabricação de produtos industriais, feitos em larga escala, e o consumo destes que eram versões simplificadas e inferiores dos produtos e das criações da “alta” cultura. Com efeito, a industrialização e as tecnologias de comunicação alteraram a forma de ver e sentir a arte, pois a reprodução simplificada das obras eruditas deu origem ao que se convencionou chamar



de arte e cultura de massa. Adorno e Max Horkheimer (1985) examinaram com detalhes esta industrialização e apontaram que as artes, que haviam se libertado da submissão à religião, foram submetidas às regras do mercado capitalista e a ideologia da indústria cultural. Joseph Wilbois (1912, p. 251 apud HUISMAN, 1997, p. 80) observa que a “arte é, portanto, o resíduo da indústria, e já que a nossa indústria e a nossa moral estão ligadas, ela é também o passatempo que a nossa moral desdenha”. Entretanto vale ressaltar que a arte é, por essência, criadora e a indústria produtora.

A indústria cultural é um conceito que indica uma cultura baseada na ideia e na prática do consumo de produtos culturais fabricados, normalmente, em série na qual as obras de arte passam a ser mercadorias, como tudo o que existe no capitalismo. Adorno admite a importância dela enquanto característica do espírito dominante da época, pois negar ou subestimar a sua influência em detrimento do que ela transmite é sinal de ingenuidade. Entretanto, ele alerta que ela impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente (ADORNO, 1971). Numa época marcada pelos medos que as guerras trazem e, do ponto de vista dos media, a obra de arte teria perdido o seu lugar no mundo contemporâneo, pois parece impossível ao indivíduo agir autonomamente em relação à sociedade.

Barroso (2007, p. 49) aponta que “talvez a arte, oriunda de uma certa alienação do artista em relação à massa, acene para uma possibilidade de ruptura radical com o sistema viciado e para uma revolução ou emancipação”. Todavia, devido a impossibilidade de repercussão social pela indústria cultural, esta revolução/emancipação ficaria no plano individual, isto é, a arte é, conforme Barroso, “vista como salvadora, como algo capaz de libertar o homem da estrutura desumana que se constrói à sua volta, mas apenas se vivida marginal e individualmente, de modo alienado”.

Adorno (1971, p. 291), contudo, alerta que “confundir o fato estético e suas vulgarizações não traz a arte, enquanto fenômeno social, à sua dimensão real, mas frequentemente defende algo que é funesto por suas consequências sociais”, pois conforme Chauí (2004, p. 290) à luz de Adorno, as obras “passaram a ser produzidas para celebrar o existente e não mais para compreendê-lo, criticá-lo e propor um outro futuro para a humanidade”. A preocupação constante de Adorno era, segundo Denis Huisman (1997, p. 64), “preservar o indivíduo e a obra de arte enquanto individualidade irreduzível contra a quantidade de totalitarismos burocráticos e mercantis”. Barroso (2007, p.49) defende que “Adorno não crê que seja possível, dado o raio da ação da



indústria cultural, que uma arte genuinamente social ecloda e exista como tábua da salvação coletiva ou como arma para lutar pelos valores realmente humanos ameaçados”.

É importante mencionar que para Adorno a indústria cultural não atinge apenas as obras de arte, mas também as obras de pensamento, fazendo-as perder, o que Chaui (2004) chama de, a força crítica, inovadora e criativa. Além disso, Duarte (2010, p. 224) aponta que em *Teoria Estética* Adorno trata a “ideia de que há na expressão artística uma comunicação subcutânea com a vida social, de modo que os artistas significativos – voluntária ou involuntariamente, consciente ou inconscientemente – sempre refletem a sociedade que lhes serve de berço”.

Estudado em artes, teorias da comunicação, estética, estética e comunicação, audiovisualidades, entre outras disciplinas, Walter Benjamin se torna referência em estudos voltados para a arte, fotografia e cinema. As contribuições dele são inestimáveis para as tecnologias comunicacionais que são produtoras de linguagens e sentidos. Além de se manter atento ao seu tempo e às vanguardas Benjamin se preocupava também com as tradições.

“Mais do que a obra de qualquer outro filósofo contemporâneo, a de Walter Benjamin está direta e indissociavelmente ligada à arte”, apregoa Kátia Muricy (2010, p.181). De fato, Benjamin se dedicou a estudos de cunho artístico como, por exemplo, a crítica literária, a reflexão estética, o teatro e as técnicas e linguagens artísticas da fotografia e do cinema. Mas é por meio d’*A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica* que ele se tornou mais conhecido e estudado no campo comunicacional. Neste ensaio, Benjamin pontua o movimento histórico e sociocultural da autonomia da arte – quando a arte passa do campo religioso para o campo artístico, propriamente dito – na qual ela, ao invés de “valor de culto”, passa a ter “valor de exposição”. Neste sentido, Benjamin (1994) explica que a aura é a absoluta singularidade de um ser, mas a obra de arte só é “aurática” quando é única, uma, irrepetível, duradoura e efêmera, nova e participante de uma tradição, capaz de tornar distante o que está perto e estranho o que parecia familiar, pois isso transfigura a realidade.

A reprodução em série e a impossibilidade em reconhecer o que é a cópia e o que é a original faz com que a obra de arte perca a sua aura. Huisman (1997, p. 63) observa que “a perda da Aura atribuída à obra de arte é um tema essencial na obra de Walter Benjamin”. Para ele, “essa aura da obra está destruída pelo valor da troca, pelo



mercado da arte, pela reprodução massificada do original”. Com efeito, Benjamin se interessa neste processo pela perda da aura e na reprodução técnica das obras de arte, pois à luz do pensamento benjaminiano, Barroso (2007) acomete que quando as obras são reproduzidas elas passam a ter outra materialidade e podem ser manipuláveis pelo grande público, pelos media e pelo indivíduo. Com isso, a reflexão benjaminiana pressupõe que:

[...] o que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é sua aura. Esse processo é sintomático, e sua significação vai muito além da esfera da arte. Generalizando, podemos dizer que a técnica da reprodução destaca do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que ela multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido. (BENJAMIN, 1994, p. 168).

Uma vez que, a sociedade industrial desenvolveu recursos técnicos para multiplicar aquilo que é considerado o traço mais marcante da obra de arte: ser única. (BENJAMIN, 1994; CHAUI, 2004). Marilena Chaui (2004, p. 279) explica que “a perda da aura decorre, antes de mais nada, do desejo de quebrar a distância e a transcendência dos objetos artísticos, cuja distância e transcendência provinham de serem únicos e de se encontrarem em locais onde apenas alguns podiam contemplá-los”. Ressalta-se que esta quebra só foi possível graças à reprodutibilidade técnica das obras, uma vez que, no pensamento benjaminiano as obras de arte possuem dois valores: o de culto e o de exposição e este, para Chaui (2004, p. 280), “suscita a reprodutibilidade”.

Ao passo que a indústria cultural cria produtos e reproduz a arte em escala massiva esta reprodução democratiza, de certo modo, o acesso à ela. Exemplo disso são as aulas de História da Arte, dentre outras, em que estuda-se por meio de reprodução de livros e imagens das obras que figuram na historiografia da arte. Neste ponto, os meios de comunicação proporcionam a divulgação e circulação da arte. Reconhece-se, porém, que esta reprodução funciona como forma de consulta e conhecimento, mas não substitui a convivência com a obra.

Benjamin, no que tange à reprodutibilidade técnica, assumia de acordo com Chaui (2004, p. 290) uma posição otimista, “pois considerava que a sociedade industrial levaria à reprodução das obras de arte (pelo livro, pelas artes gráficas, pela fotografia, pelo rádio e pelo cinema) e que isso permitiria à maioria das pessoas o acesso a criações que, até então, apenas uns poucos podiam conhecer e fruir”. De um lado perde-se a aura com a reprodução massiva, mas de outro ganha-se a popularidade através dos meios de



comunicação. Benjamin era um otimista e esperava com isso a democratização da cultura e da arte.

Neste aspecto, essa reprodutibilidade quebra, segundo Huisman (1997, p. 63), “os privilégios da classe que exerce a sua hegemonia cultural sobre a arte, [mas também] favorece a mercantilização e o caráter intercambiável da obra. [Logo] esta ambivalência, assim colocada, testemunha a situação contraditória da estética crítica”, que ora manifesta preocupação em conservar os valores do individualismo, ora quer denunciar, ao mesmo tempo, o caráter repressivo de discursos idealistas sobre a arte.

Nota-se, em detrimento da literatura, que dos intelectuais da Escola de Frankfurt, Benjamin foi, de acordo com Barroso (2007), quem chegou mais perto dos problemas colocados para a arte pelas novas tecnologias da imagem. Em se tratando de imagem Vilém Flüsser aponta os impactos da reprodução de imagens na sociedade.

O mundo representado parece ser a causa das imagens técnicas e elas próprias parecem ser o último efeito da complexa cadeia causal que parte do mundo. [...] Aparentemente, pois, imagem e mundo se encontram no mesmo nível do real: são unidos por cadeia ininterrupta de causa e efeito, de maneira que a imagem parece não ser símbolo e não precisar de deciframento. Quem vê imagem técnica parece ver seu significado, embora indiretamente (FLÜSSER, 2002, p. 14)

Isto põe em questão o caráter social da imagem, sobretudo da fotografia, tão utilizada e pouco pensada pelas pessoas na criação de sentidos. Vale ressaltar, como aponta Muricy (2010, p. 182), que “em Walter Benjamin, a arte não é um mero tema de reflexão, um objeto com o qual se ocupa o pensamento. [...] a arte é a matéria e o meio de seu pensamento”.

Além de criar os conceitos de “Aldeia Global³” e de “Galáxia de Gutemberg⁴”, Marshall McLuhan (1964) propôs a teoria de que os meios de comunicação prolongam e estimulam os sentidos do ser humano. Para ele, o meio é a mensagem, pois as sociedades sempre foram moldadas mais pela natureza dos meios que os homens usam para comunicar-se do que pelo conteúdo da comunicação, isto é, McLuhan (1967, apud COELHO, 2005) pontua a forma como os meios exercem influência sobre nós, enquanto estamos ocupados em seus conteúdos.

Ao categorizar o meio como mensagem McLuhan não está desprezando o conteúdo. Ele afirma que o conteúdo de um meio é um outro meio como, Coelho (2005)

³ Marshall McLuhan aponta que o homem, no passado remoto, vivia em aldeias que acabaram e deram origem às nações. Graças ao advento da eletricidade, a redução do tempo e espaço por ela proporcionado e à internet surge a “Aldeia Global”.

⁴ Gutemberg é tido como inventor da impressão e esta expressão, cunhada por McLuhan, é referência à era da imprensa.



cita por exemplo, “o conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa”. Além disso, outra possibilidade de conteúdo do meio é o próprio usuário deste, pois é o usuário que interpreta a gramática do meio e lhe dá significado de acordo com seu arcabouço e valores. À luz dos estudos propostos por McLuhan, Andrade Pereira (2004) defende que “diferentes meios evocam diferentes reações sensoriais. Cada meio revela uma gramática própria, dada a partir de suas próprias características e atualizada pelo usuário do meio”.

McLuhan é importante para os estudos comunicacionais acerca da arte, pois, assim como Adorno e Benjamin, reflete como os meios de comunicação determinam a relação do homem com a obra de arte. Suas principais teses relacionadas aos meios podem ser resumidas a três, quais sejam: os meios são extensões do homem; a mente humana é um equilíbrio de sensações e os meios podem alterar este equilíbrio; e os meios podem ser divididos em quentes e frios.

Na primeira tese, os meios são extensões do homem, o autor aponta as relações que temos com os meios de comunicação. Barroso (2007, p. 57) exemplifica esta tese da seguinte forma: “o livro é o prolongamento da visão e do tato e, conseqüentemente, da nossa capacidade de imaginação⁵ e memória”. Os meios de comunicação são categorizados, conforme McLuhan, como campos sensoriais humanos, pois “a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que este meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas” (MCLUHAN, 1964, p. 22).

“A mente humana é um equilíbrio de sensações e os meios podem alterar este equilíbrio” é a segunda tese proposta por McLuhan, na qual, os meios de comunicação podem causar, em longo prazo, desequilíbrios mentais. Por fim, na terceira tese relacionada aos meios, o autor defende que os meios de comunicação podem ser divididos em quentes e frios e que estes influenciam de formas diferentes a cognição das pessoas. Enquanto os meios frios incluem, os quentes excluem.

No âmbito de civilização, McLuhan postula e defende quatro teses: tudo que é feito pelo homem pode ser considerado como linguagem, pois o conceito de “comunicação” é amplo e se confunde com o da linguagem; as civilizações são

⁵ No texto *Aberturas às Linhas Imaginárias*, Gustavo de Castro (2012) aponta que “o imaginário é um meio condutor do conhecimento humano, formado por símbolos, sonhos, ideias e mitos, enfim, pelas modalidades de sonhos produzidos pelas culturas, que se tornaram indispensáveis para a nossa vida social”. O poeta Eugenio Montale (1995), por sua vez, destaca que “a imaginação, a poesia e a fantasia são mídias porque transportam o homem para estados supra-reais. São canais que irrigam a realidade, o pensamento e a ideia”.



alteradas pela tecnologia, na qual o autor divide a história da humanidade em períodos marcados pela tecnologia e, como exemplo, podem ser citados a fase da oralidade, a era de Gutemberg (imprensa) e a era de Marconi (meios elétricos); os artistas e a educação são os vigilantes contra os efeitos do meio; e, o meio é a mensagem.

Na terceira tese, McLuhan (1964 apud BARROSO, 2007, p. 58) postula que os “artistas e a educação são os setores sociais mais propícios a manterem uma vigilância contra os efeitos dos meios. Os artistas colonizam os meios e criam anticorpos a eles, pois, por serem os experts da percepção, são os mais aptos a fazerem-no”. Pode-se notar, nesta tese, a semelhança do pensamento de McLuhan com os frankfurtianos no que tange a visão negativa que os meios exercem sobre as pessoas. Os meios são nesta tese o que Barroso (2007) chamou de venenos que requerem antídotos. A autora explica ainda que esta tese faz

[...] a denúncia da invasão sorrateira dos mesmos no âmbito da cultura e na vida cotidiana; e a aposta no poder messiânico da arte – para os alemães através de uma alienação sadia; para McLuhan através do trabalho apurado e engajado de artistas dispostos a colonizarem os mesmos nefastos meios. (BARROSO, 2007, p. 59).

A última tese, “o meio é a mensagem”, discutida no início, sugere, em conformidade com Barroso (2007, p. 59), “certa imbricação dos conceitos de meio, significado, efeito, conteúdo e mensagem”, mas McLuhan, Coelho e Barroso (1964; 2005; 2007) advertem que o meio, ao contrário do que se pensa, não é o conteúdo. McLuhan (1964, p. 23) aponta que é “típico que o ‘conteúdo’ de qualquer meio nos cegue para a natureza desse mesmo meio”. E explica que, “nenhuma sociedade teve um conhecimento suficiente de suas ações a ponto de poder desenvolver uma imunidade contra suas novas extensões ou tecnologias. Hoje começamos a perceber que a arte pode ser capaz de prover uma tal imunidade” (MCLUHAN, 1964, p. 43) aos meios de comunicação e

[...] as visões ou percepções do artista parecem ter sido ofertadas à humanidade como um meio providencial de cobrir o abismo entre evolução e tecnologia. O artista consegue programar ou reprogramar a vida sensorial de modo que ela nos dá um mapa de navegação para escaparmos do *Maelström* criado por nosso próprio engenho. O papel do artista, com respeito ao homem e aos meios de comunicação, pressupõe simplesmente a sobrevivência. (MCLUHAN, 2005, p. 338).

Cabe, portanto, à arte ser o antídoto para – o que Barroso (2007) chama de – os efeitos desumanos provocados pelos meios de comunicação, pois é por meio dela, dos artistas e das suas invenções – extensões e ampliações de si mesmo e de seus sentidos – que sobrevivemos ao mal estar da civilização.



Isto evidencia a necessidade da arte na humanidade e o impulso das pessoas em criá-la e recriá-la, pois como “pinta” o poeta Ferreira Gullar: “a arte existe porque a vida não basta”. Este “não basta” da vida leva artistas a buscarem novos elementos na e da vida em suas produções artísticas. A busca destes novos elementos abre caminhos para a convergência entre artes e comunicações.

Convergências entre Artes e Comunicações

O diálogo entre arte e comunicação é, também para os teóricos brasileiros, um espaço rico para questionamentos nas culturas contemporâneas. Lucia Santaella e Arlindo Machado estudaram as implicações da cultura dos meios e deram contribuições acerca do diálogo e das relações entre arte e comunicação.

No livro *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* Lucia Santaella (2007) aponta que face às mudanças trazidas pela industrialização, pelo desenvolvimento do sistema econômico e pela emergência de novos hábitos a nossa cultura foi perdendo a proeminência das “belas letras” e das “belas artes” para ser dominada pelos meios de comunicação. Esse pensamento converge, por sua vez, com os apontamentos sobre os quais se discutiu anteriormente.

Esta dominação se dá em função do uso indiscriminado da fotografia, do cinema, da televisão, da publicidade, dos jornais, das revistas, dos quadrinhos, dos CDs e dos livros de bolso. Estas mídias fazem parte da indústria cultural e suscitam os sistemas de geração de produtos simbólicos fortemente dominados pela proliferação de imagens.

Em sintonia com os apontamentos de Adorno, Benjamin e McLuhan e para dar conta do questionamento complexo e polêmico no tocante à convergência das comunicações e artes, Santaella explica que

Para muitos, a comunicação identifica-se exclusivamente com comunicação de massas, enquanto as artes se restringem ao universo das ‘belas artes’. Se nos limitarmos a essas visões parciais tanto da comunicação quanto da arte, a pergunta sobre as possíveis convergências de ambas não faz sentido. Entretanto, além de parciais essas visões são, sobretudo anacrônicas. Alimentar o separatismo conduz a severas perdas tanto para o lado da arte quanto para o da comunicação. Por que perde a arte? Porque fica limitada pelo olhar conservador que leva em consideração exclusivamente a tradição de sua face artesanal. Por que perde a comunicação? Porque fica confinada aos estereótipos da comunicação de massa. (SANTAELLA, 2007, p. 06).



Para evitar parcialidades e anacronismos a autora grafa, no título do livro, as palavras comunicações e artes no plural, a fim de flagrá-las na complexidade de suas situações atuais, pois elas são entendidas, neste contexto, como inseparáveis na contemporaneidade. Além disso, Santaella explica que não pretende desprezar as especificidades das áreas, pois convergir para ela não significa apenas identificar-se, mas sim, tomar caminhos direcionados comuns sem, necessariamente, perder suas características.

As indagações e questionamentos de Santaella apontam para a convergência das artes e das comunicações e acabam desencadeando mudanças nas culturas. Quanto aos questionamentos, ei-los:

[...] que caminhos interatuantes as comunicações e as artes vieram percorrendo, especialmente no último século e meio, desde que o campo das comunicações passou a ocupar lugar cada vez mais dilatado nas culturas das sociedades industriais e pós-industriais? Que consequências a revolução tecnológica trouxe para as artes a partir da invenção fotográfica? Quais foram as reações dos artistas diante da hegemonia dos meios de comunicação? Que apropriações e usos os meios de comunicação têm feito da arte? Que papéis sociais vitais a arte pode desempenhar na ambivalência cultural das mídias? (SANTAELLA, 2007, p. 07).

Vale mencionar que as comunicações e as artes começaram a se entrecruzar, segundo Santaella (2007), a partir da revolução industrial, quando a comunicação de massa começou a se instaurar. Antes disso, a cultura se dividia entre erudita, como a obra de pintores como Caravaggio, Renoir, Jan van Eyck; e popular – como a arte muralista de pintores mexicanos, por exemplo. Mas com a revolução industrial, além das máquinas de produção de bens materiais, surgiram também as máquinas de produção simbólica que Santaella (2007, p. 11) chama de “máquinas semióticas [...] habilitadas para produzir e reproduzir linguagens e que funcionam, por isso mesmo, como meios de comunicação”. Com o advento das tecnologias e à medida que o século XXI avança, a distinção entre cultura superior/erudita e cultura inferior/popular vai se desfazendo. Mesmo corroborando o pensamento ardoniano, no sentido de que a cultura de massa não deve ser vista como uma terceira forma de cultura, Santaella (2007, p. 11) defende a inoperância das separações rígidas entre erudito e popular e destaca que a cultura de massa “provocou profundas mudanças nas antigas polaridades entre a cultura erudita e a popular” e sintetiza que “a comunicação massiva deu início a um processo que estava destinado a se tornar cada vez mais absorvente: a hibridização das formas de comunicação e cultura”.



Santaella (2007, p. 13) pontua que “a coincidência dos meios de comunicação com os meios de produção de arte foi tornando as relações entre ambas, comunicações e artes, cada vez mais intrincadas” e destas misturas de meios e linguagens resultam, segundo ela, experiências sensorio-perceptivas ricas para o receptor. Além disso, a autora adverte que esta mistura facilita a comunicação, pois “o significado de uma imagem pode ser reforçado pelo diálogo e pela música que a acompanha” (SANTAELLA, 2007, p. 12).

Com efeito, a mistura de linguagens e de meios possibilita ao receptor ricas experiências estéticas, entretanto, é perigoso dizer que a junção destas linguagens e meios facilita a comunicação, pois ao passo que é inserido na obra de arte uma nova linguagem e meios dá-se ao receptor novas possibilidades de interpretação e compreensão tornando a leitura mais complexa.

As artes foram, gradativamente, incorporando dispositivos tecnológicos dos meios de comunicação para a sua própria produção. Esta incorporação pode ser considerada um dos elementos que possibilitou a desconstrução dos sistemas de codificação visuais herdados do passado renascentista. Ao passo que surgiam novos meios de produção, distribuição e consumo comunicacional os artistas foram se apropriando destes meios para suas criações. Este estreitamento instaura, o que Santaella chama de, a cultura das mídias. Esta cultura apresenta, segundo ela, uma lógica distinta da comunicação de massas, pois trata-se de dispositivos tecnológicos que possibilitam uma apropriação produtiva por parte dos sujeitos como, por exemplo, a intensificação do uso por parte dos artistas de tecnologias comunicacionais (som, cinema, fotografia...).

No âmbito da arte contemporânea estes dispositivos se tornaram cada vez mais recorrentes nas experimentações dos artistas. Exemplo disso é a interação entre várias mídias e as formas de arte, fazendo com que expressões artísticas caminhassem para obras multimídias. Pode-se notar esta relação na arte ambiental midiática, na fotografia, na arte gráfica, na arte pop, na videoarte, no cinema, entre outras artes. Santaella (2007, p. 14) aponta que “ao fazerem uso das novas tecnologias midiáticas, os artistas expandiram o campo das artes para as interfaces com o desenho industrial, a publicidade, o cinema, a televisão, a moda, as subculturas jovens, o vídeo, a computação gráfica, etc.”. Esta expansão levou a arte a necessitar de produtos comunicacionais.



Antes dos meios de comunicação de massa os artistas pertenciam a um universo intimista de comunicação, como as cartas, os diários e a interação face a face. Eles eram filhos da era de Gutemberg. Barroso (2007) expõe que eles saem deste universo intimista e constroem uma “cultura de manifestos⁶”, na qual exprimem de maneira convincente e persuasiva uma determinada visão artística. Esta cultura acompanha o ambiente intelectual, cultural e social correspondente à abertura social da arte, pois

[...] os manifestos são meios de *difusão* das *reflexões* dos artistas a respeito da arte – conceitos, técnicas, aspectos ligados à *fruição* da obra. As *realizações*, as obras de arte, são ali explicadas e interpretadas pelo artista para a sociedade, que começa a ver a arte de outro modo, reconhecendo valores estéticos onde antes não era possível. (BARROSO, 2007, p. 158, grifos da autora).

A cultura dos manifestos corresponde, de acordo com Barroso (2007, p. 09), a uma “necessidade legítima dos artistas de conquistar um espaço nos meios de comunicação responsáveis por fazer a ponte entre suas ideias e o grande público”. Na transição da era moderna para a contemporânea, os artistas além de utilizar os dispositivos tecnológicos comunicacionais em suas obras, passaram a necessitar dos produtos da comunicação para a divulgação de suas criações, neste sentido, entram aqui os trabalhos publicitários, os catálogos, as críticas jornalísticas, as fotografias, as entrevistas, os programas de televisão dentre outros. Barroso (2007, p. 08) discorre que

[...] fica muito clara a ação dos meios de comunicação, ora abrindo os sentidos da arte e suas possibilidades de existência, tornando-a plural, ora cerceando esses mesmos sentidos e condicionando sua existência às exigências da lógica industrial [...] para garantir a legitimação da arte que propõem e praticam. (BARROSO, 2007, p. 08).

Contudo, além de inegável que existam relações de convergência entre as comunicações e as artes, percebe-se que elas são multifacetadas. Neste diálogo entre elas nota-se que ambas tornaram suas “fronteiras” permeáveis, pois assim como artistas, artesãos e estetas utilizam teorias, linguagens e ícones da cultura da mídia, as comunicações se apropriam de elementos e experimentos estéticos nos seus discursos midiáticos. Entre estas duas áreas existem empréstimos e intercâmbios e a “popularização das artes facilitada pelas mídias é sem dúvida responsável pelo aumento considerável do número e do tamanho dos museus e das galerias, e pelo impressionante aumento de público que frequenta esses lugares”, pontua Santaella (2007, p. 15).

⁶Os manifestos mais conhecidos são os: Futurista, Raionista, Suprematista, Neoplasticista, Realista, Bauhaus, Dadaísta e Surrealista. No Brasil, destacam-se os manifestos: Antropófago ou Antropofágico, da Poesia Pau-Brasil, Versatilista, Neoconcreto e do Não-Objeto.



A convergência entre comunicações e artes permite aos artistas a inserção de meios de comunicação na arte e elementos das artes na comunicação. Estes empréstimos levaram estudiosos, como Arlindo Machado, a estudarem o que se convencionou chamar de artemídia.

No livro *Arte e Mídia*, Arlindo Machado discute conceitos e usos de mídias na arte. O livro é dividido em três capítulos: “Arte e mídia: aproximações e distinções”, “Tecnologia e arte: como politizar o debate” e “Convergência e divergência das artes e dos meios”. Nele o autor discute e procura contextualizar o conceito de artemídia e, para isso, discorre que a

[...] artemídia é algo mais que a mera utilização de câmeras, computadores e sintetizadores na produção de arte, ou a simples inserção da arte em circuitos massivos como a televisão e a internet. A questão mais complexa é saber de que maneira podem se combinar, se contaminar e se distinguir arte e mídia, instituições tão diferentes do ponto de vista das suas respectivas histórias, de seus sujeitos ou protagonistas e da inserção social de cada uma. (MACHADO, 2004, p. 01).

Ancorados na convergência entre as comunicações e as artes, os artistas não negam as técnicas tradicionais do fazer artístico, todavia, aliados cada vez mais aos aparatos tecnológicos eles realizam e oferecem ao público e a crítica novas experiências estéticas. Arlindo Machado (2004, p. 02) defende que “a arte sempre foi produzida com os meios de seu tempo” e se indaga: “por que, então, o artista de nosso tempo recusaria o vídeo, o computador, a internet, os programas de modelação, processamento e edição de imagem?”. Para ele (2007, p. 10), “se toda a arte é feita com os meios de seu tempo, as artes midiáticas representam a expressão mais avançada da criação artística atual e aquela que melhor exprime sensibilidades e saberes do homem do início do terceiro milênio”.

A arte, segundo o autor, se apropria de aparatos tecnológicos que lhe é contemporâneo, mas que não foram, na sua origem, produzidos e/ou pensados para fins artísticos e sim para a expansão capitalista. Neste sentido, o artista reinventa de acordo com Denise Martini (2008) os meios e subverte a função da máquina. Logo, “não se pode [...] dizer que os artistas estão operando dentro das possibilidades programadas e previsíveis dos meios invocados. Eles estão, na verdade, ultrapassando os limites das máquinas semióticas e reinventando radicalmente os seus programas e as suas finalidades” (MACHADO, 2007, p. 14). Os *ready mades*, de Duchamp; os *parangolés*, de Hélio Oiticica dentre outras obras seguiram esta linha de reapropriações de objetos que não foram, a princípio, pensados para a cena da arte.



Arlindo Machado aborda, em seu texto, questões relacionadas à indústria fonográfica, ao cinema, à fotografia, ao vídeo, ao computador e às qualidades das imagens digitalizadas na lógica da reprodutibilidade técnica defendida por Benjamin e esclarece que:

[...] o que faz, portanto, um verdadeiro criador, em vez de simplesmente submeter-se às determinações do aparato técnico, é subverter continuamente a função da máquina ou do programa de que ele se utiliza, é manejá-los no sentido contrário de sua produtividade programada. Talvez até se possa dizer que um dos papéis mais importantes da arte numa sociedade tecnocrática seja justamente a recusa sistemática de submeter-se à lógica dos instrumentos de trabalho, ou de cumprir o projeto industrial das máquinas semióticas, reinventando, em contrapartida, as suas funções e finalidades. Longe de deixar-se escravizar por uma norma, por um modo estandardizado de comunicar, obras realmente fundantes na verdade reinventam a maneira de se apropriar de uma tecnologia. (MACHADO, 2004, p. 05).

Enfim, Machado (2004, p. 06) expõe que “as técnicas, os artifícios, os dispositivos de que se utiliza o artista para conceber, construir e exhibir seus trabalhos [...] estão carregados de conceitos, eles têm uma história, eles derivam de condições produtivas bastante específicas” e que a “artemídia deve [...] traçar uma diferença nítida entre o que é, de um lado, a produção industrial de estímulos agradáveis para as mídias de massa e, de outro, a busca de uma ética e uma estética para a era eletrônica” (MACHADO, 2004, p. 06).

Arlindo caracteriza a arte como sendo a metalinguagem da mídia, pois é por meio da artemídia que se produz obras de arte dentro do sistema capitalista, mas no sentido inverso dos modelos econômicos em voga, isto é, a

[...] artemídia representa hoje a *metalinguagem* da sociedade midiática, na medida em que possibilita praticar, no interior da própria mídia e de seus derivados institucionais (portanto não mais nos guetos acadêmicos ou nos espaços tradicionais da arte), alternativas críticas aos modelos atuais de normatização e controle da sociedade (MACHADO, 2004, p. 06, grifo do autor).

Afinal, os artistas possuem um projeto político-social-cultural e crítico relacionado com os meios e circuitos nos quais operam, pois buscam de algum modo interagir e mudar a realidade da qual fazem parte. Arlindo Machado também se preocupa com o movimento inverso e coloca a mídia como reordenamento da arte, retomando o conceito de arte dentro do contexto de transformação da representação artística através da produção midiática e aponta que “em nossa época, o universo da cultura se mostra muito mais híbrido e turbulento do que o foi em qualquer época [...] a ideia de que se possa fazer arte nas mídias ou com as mídias é uma discussão que está longe de ser matéria de consenso” (MACHADO, 2004, p. 10).



Machado, segundo Martini (2008, p. 194), “questiona a substituição da discussão estética, em relação à produção midiática”, mas pontua que “quem faz arte hoje, com os meios de hoje, está obrigatoriamente enfrentando a todo momento a questão da mídia e do seu contexto, com seus constrangimentos de ordem institucional e econômica [...] bem como seus atributos de alcance e influências” (MACHADO, 2004, p. 14).

Considerações

Verificadas as intersecções entre comunicação e arte no pensamento comunicacional percebe-se que os meios de comunicação transformaram, significativamente, e continuam a transformar a percepção e a relação do público com a arte. O desenvolvimento de novas tecnologias comunicacionais e a apropriação destas pelos artistas permite uma arte multiculturalista na qual convergem estas duas áreas, comunicação e arte, no terreno das culturas contemporâneas.

Referências

ADORNO, T. **Teoria Estética**. Lisboa: Edições 70, 1993.

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1971.

ADORNO, T; HORKHEIMER, M. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1985.

ANDRADE PEREIRA, V. As tecnologias de comunicação como gramáticas: meio, conteúdo e mensagem na obra de Marshall McLuhan. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, **Contracampo**, ed. 10/11/2004.

BARROSO, A. B. de P. C. **A mediatização da arte**. Brasília, 2007. (Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, 2007).

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CASTRO, G.de. Abertura às linhas imaginárias. In: CASTRO, Gustavo de. (org.). **Mídia e imaginário**. São Paulo: Annablume, 2012.

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. 13. ed. São Paulo: Ática, 2004.



COELHO, F. C. P. O modelo da mediação: os estudos de Marshall McLuhan. In: PENA, F. **Teoria da comunicação: conceitos, mídias e profissões**. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2005.

DUARTE, R. O que está vivo na estética de T. W. Adorno. In: HADDOCK-LOBO, Rafael. (org.). **Os filósofos e a arte**. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

FISCHER, E. **A necessidade da arte**. 9 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

FLÜSSER, V. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

GRAHAM, G. **Filosofia das artes: introdução à estética**. Lisboa: Edições 70, 1997.

HUISMAN, D. **A estética**. Lisboa: Edições 70, 1997.

MACHADO, A. Arte e mídia: aproximações e distinções. **Revista Compós**. Ed: dez, 2004.

_____. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

MARTINI, D. do R. C. Arte e mídia. **Extensão em Foco**. Curitiba, n. 2, p. 193-195, jul/dez. 2008.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

_____. O meio é a mensagem. In: MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

_____. O homem e os meios de comunicação. In: MCLUHAN, Stephanie; STAINES, Davis. (orgs.). **McLuhan por McLuhan: entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

MONTALE, E. **De la poesia**. Barcelona: Pré-Textos, 1995.

MURICY, K. Walter Benjamin: alegoria e crítica. In: HADDOCK-LOBO, Rafael. (org.). **Os filósofos e a arte**. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

SANTAELLA, L. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007.