

COMUNICAÇÃO

ESTÉTICA E COMUNICAÇÃO DE MASSA: uma introdução

FERNANDO FÁBIO FIORESE FURTADO*

RESUMO: a experiência estética no interior da cultura de massa exige o pensar as relações entre as artes e as novas linguagens advindas das novas tecnologias, considerando os sujeitos e objetos presentes no processo de comunicação artística.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Artística: Produção,
Criação e Consumo
Comunicação Artística: Novas
Tecnologias

ABSTRACT: The aesthetical experience in mass culture asks for the thinking of the relations between Art and the new languages originated by the new technologies, taking into consideration subjects and objects involved in the process of artistic communication.

KEY-WORDS: Communication and Art: creation, production
and consumption
Communication and Art: new technologies

* Professor do Curso de Comunicação da UFJF. Mestre em Comunicação pela ECO/UFRJ.

1 INTRODUÇÃO

Para definir a pós-modernidade poderíamos utilizar a metáfora de um deserto de ladrilhos onde, entre tantos tempos, passeia o homem a perscrutar objetos sem realidade. No entanto, tal diz Borges, “a história universal talvez seja a história da diferente entonação de algumas metáforas” (Borges, 1982, p.148), e restaria apenas a possibilidade de nos depararmos com a mesma figura de linguagem de sempre: “No mesmo rio entramos e não entramos; somos e não somos” (Heráclito, 1991, p. 71).

A crise contemporânea parece-nos, essencialmente, a exacerbação da ambigüidade humana, insolúvel porque em si comporta o fulcro do aprimoramento de nossas potencialidades intelectuais e sensíveis. Não sem motivos, Nietzsche dedica o livro **Assim falou Zaratustra “fúr Alle und Keine”**, talvez vislumbrando o homem novo, a um só tempo “todos e ninguém”, progressivamente expulso para a margem da realidade “porque não há mais centro” (PAZ, 1984, p. 152). O homem sem a metafísica, sem antropomorfismo, entregue antes à transcendência psicológica, ao embate silencioso com a solidão. Menos crise do que transição.

Em primeira instância, a transição a que nos referimos remete ao advento e desenvolvimento contínuos de novas tecnologias que, concomitantemente, propiciam os meios técnicos necessários à formulação de novas linguagens. Assim, entendendo-se a linguagem como representação do mundo e, simultaneamente, simulacro da realidade, podemos prever as contradições que as novas linguagens apresentam ao homem contemporâneo, principalmente se considerarmos os signos como espelhos turvos refletindo nossa incapacidade de captar o real em si. Estar no mundo é viver esta contradição e abismar-se no possível. Contudo, tal é a transição necessária, pois é capaz de reatualizar nossas experiências de percepção e expressão do existente.

Com certeza, pode-se argumentar quão vã é a tentativa do homem de recuperar o real, mas apenas este empenho - perdido desde a gênese - nos redimiou da barbárie e trouxe-nos ao presente. Antes afirmamos que a transição contemporânea encontra similares, talvez miniaturizados, na invenção da escrita, no advento da tipografia e no desenvolvimento das técnicas de reprodução fotográfica. O termo **miniaturizados** não deve ser entendido como substima das transformações ocorridas nesses períodos históricos, e nem mesmo define como **monstruoso** (no sentido de **extraordinário**) o tempo presente; mas pretende exprimir a particularidade e radicalidade com que se processam as transformações na pós-modernidade.

Neste sentido, o surgimento de novas linguagens, propiciado pelo avanço tecnológico dos **mass media**, está a exigir da parte de teóricos e pesquisadores um acompanhamento crítico e sistemático das mudanças observadas nas relações eu/outro e eu/mundo. Reconhecemos que as novas linguagens surgiram das necessidades inerentes ao homem contemporâneo e que o desenvolvimento de veículos próprios e de processos de conjunção e disjunção sígnicas definirão as formas futuras de percepção, expressão e atuação do homem.

As concepções estéticas clássicas parecem-nos insuficientes para elucidar as questões da pós-modernidade, mas persistem imorredouras a subsidiarem teorias e

pesquisas atuais. Ousamos afirmar que a Estética futura, elaborada no processo de transição e ordenação da floresta de signos na qual movemos, basear-se-á na transcendência do emaranhado de tempos e espaços e na concepção de que “a poesia é algo mais de filosófico e mais sério do que a história” (Aristóteles, 1973, p. 451). Apenas assim poderemos instaurar uma sociedade onde o fulcro das relações entre os indivíduos seja a sensibilidade e a usura do outro um termo de significado nulo, exilado nos subterrâneos da memória.

Desta forma, optamos por considerar a Estética como uma reflexão filosófica sobre a arte, ressaltando o caráter cognitivo desta última e a impressão da primeira, o que contudo não invalida suas possibilidades de intermediar o significado do fazer artístico e suas relações com a percepção e expressão do homem; relações estas que determinam nossa visão do mundo e nossas formas de atuar sobre as realidades. Através da reflexão não-normativa, sem olvidar os desafios que as mudanças sociais, políticas e econômicas apresentam à elaboração teórica, pretendemos tecer algumas significações acerca do significado, da estrutura, do alcance e das possibilidades dos fenômenos da experiência estética na obra de arte e na comunicação de massa. Consideremos, ainda, o caráter subversivo da obra de arte, capaz de alterar radicalmente os sentidos perceptivos e expressivos do homem e instaurar o horizonte da libertação. Portanto, podemos afirmar que pretendemos a Estética como reflexão sobre diversos níveis da atividade artístico-cultural capazes de possibilitar a emancipação libertadora do sujeito e o desenvolvimento da realidade.

2 TEMPO, ESPAÇO E UNIVERSO SÍGNICO

As principais modificações ocorridas nas formas de percepção e expressão do homem remetem-nos à transformação da consciência espaço-temporal e a expansão do universo sígnico. Tais processos, silmutâneos e interdependentes, determinam grande parte das alterações no campo da cultura, sendo que a arte e a comunicação de massa travam um embate permutativo que, esperamos, determinará as novas dimensões das concepções estéticas, uma vez que os desenvolvimentos prático e teórico interagem-se inexoravelmente.

A consciência espaço-temporal do ser humano sofreu abalos profundos quando da instauração do ritmo-máquina que, gradativamente, determinou a alienação deste do processo produtivo devido à descontinuidade e especialização do trabalho técnico. Ao analisar as correlações entre alquimia, ciência e temporalidade, Mircea Eliade atinge o cerne da questão:

“... para promover a energia necessária aos sonhos e às ambições do século XIX, o trabalho deve de ser secularizado. Pela primeira vez na História, o homem assumiu o duríssimo trabalho de “fazer as coisas melhor e mais rápido que a Natureza”... E é no trabalho definitivamente secularizado, no trabalho em estado puro, medido em horas e em

unidades de energia gastas, que o homem experimenta e sente mais implacavelmente a duração temporal, a sua lentidão e o seu peso. Em síntese, pode-se dizer que o homem das sociedades modernas tomou, no sentido literal do termo, o papel do Tempo, que se converteu num ser exclusivamente temporal.” (Eliade, 1979, p. 141).

O próprio homem converte-se em transformador da natureza, articulando os instrumentos de produção e acumulação para manipular objetos e coisas, homens e animais. E neste processo, objetualiza-se e se defronta com a materialidade do ser temporal, descobre o não tempo, a solidão e a inutilidade de toda a existência humana. A ciência e a técnica, absorvendo o papel de delimitação dos espaços e tempos do sagrado e de instauração da realidade transcendente - papel antes desempenhado pelo mito -, não substituem a necessidade do homem de relacionar-se com o outro e, nem mesmo, nos permitem atingir um outro princípio de realidade. Mas o artista ainda resiste e, na profusão dos significantes pós-industriais, engendra novas formas, inaugurando o abismo planejado para a ultrapassagem da superficialidade, para a visão da fugidia configuração do ser. Investe contudo o empenho contra a desumanização e a morte advindas do presente cíclico do processo de produção e consumo.

O tempo da produção caracteriza-se pela dissimulação das ambigüidades vigentes nas relações entre consumo e destruição, motivo pelo qual os **mass media** esforçam-se por instaurar um tempo monolítico e monótono, sempre presente e recuperável, continuamente cíclico e avesso à confluência do passado e do futuro. Tal concepção temporal, própria da geração do princípio da linearidade, é determinada pela repetição e redundância das mensagens. E mais, pela delegação do valor de “verdade” às imagens da realidade que, diariamente, são re-produzidas em horários predeterminados, forjando a ilusão de que a história desenrola-se no espaço-tempo **sacralizado** pela produção e pelo consumo.

Neste ponto, então, alcançamos a objetualização do espaço, que, ocorrendo simultaneamente com a do espaço, pode ser observada nas técnicas de reprodução que determinam as principais características da experiência perceptiva e expressiva contemporânea: espaço e tempo imaginários e dessacralizados. Em contraposição, podemos observar que o espaço na obra de arte permanece mítico, pois antes dele, nele e além as formas são geradas, os tempos dialogam e a expressão, mesmo quando fundada no objeto, esforça-se por se libertar da materialidade e desnudar as últimas estruturas das coisas.

A expansão do universo sígnico encontra exemplos na objetualização do espaço e do tempo, transformados em signos utilitários pelo processo de produção e consumo, concepções ilusórias a engendrar o artifício sem redenção. Neste sentido, Lúcia Santaella adverte:

“... as linguagens parecem estar crescendo muito mais velozmente do que a capacidade humana de adaptação a esse crescimento na readequação de seus valores éticos e estéticos.” (Santaella, 1984, p. 3)

Considere-se, portanto, que a multiplicação das linguagens exacerba a miséria humana, a incapacidade do homem de sentir e conhecer o mundo sem a mediação de simulacros sógnicos, principalmente com o exílio imposto ao mito pela civilização técnico-industrial, subtraindo ao homem suas possibilidades de transcendência e colocando-o diante do espaço branco da solidão.

Ao artista resta não negar a realidade, mas abismar-se na miséria para atingir as últimas estruturas do concreto para transformá-lo através de novas formas de percepção e expressão do homem e do mundo. Diante do universo sógnico em expansão, o artista deve mobilizar toda a sua humanidade para sentir e conhecer todas as linguagens capazes de desencarnar o real. Mas não se trata de entregar-se à reprodução das falácias da comunicação de massa, que, no mais das vezes, banalizam a forma com o objetivo de instrumentalizá-la - através da redundância e da repetição - em benefício das relações de produção. A posição "marginal" do artista, pois enfim cumpriu-se a condenação de Platão, deve favorecer o distanciamento necessário à penetração crítica no emaranhado da realidade, de forma a permitir a elaboração de estratégias de resistência às leis básicas da comunicação de massa, principalmente aquela que esforçam por dissimular as ambigüidades existentes na relação produtor/consumidor. Necessário, portanto, compreender que, apesar dos mecanismos de dissimulação, os **mass media** continuam transmitindo mensagens do poder - consumir e consumir-se - pois que o consumo de imagens sem realidade e origem como fosse reais conduz à desumanização e transforma o diálogo Eu/Tu em monólogo Eu/Isso. Ou a mesma metáfora com diversa entonação: produzir e produzir-se, pois que a seriedade e a identificação se tornaram exigências inelutáveis para a adaptação social e devem ser reproduzidas em todas as instâncias da vida humana.

3 DO PRODUTOR

Ao criar, o poeta transforma a língua, o artista plástico transcende a imagem, o escultor altera o espaço. E mais, em todos os sentidos transformam a cultura, auxiliando na criação de novas utopias, pois que trabalham a partir da realidade para o advento de novos valores éticos e estéticos, afirmando o presente como tempo da confluência entre o passado e futuro, como passagem para novas formas de sentir, ver, falar e viver. Neste sentido, Mário Faustino oferece-nos uma visão ético-estética do comportamento do poeta contemporâneo:

“... um dos aspectos principais do novo humanismo, do novo sintetismo, cuja ascensão constatamos em nossos dias, é essa preocupação pelo todo que justifica a parte, tendência à qual não pode alhear-se o poeta. Este, cada vez mais, é obrigado a ver sua poesia como forma de cultura, expressiva, tanto de seu povo como de seu tempo.” (Faustino, 1977, p. 37)

O artista deve, portanto, ser considerado como **produtor** de cultura, sujeito empenhado no aprimoramento das relações humanas a partir da reflexão e expressão críticas da realidade contemporânea. No entanto, a produção artística deve ser considerada “marginal” em relação ao ciclo inelutável do consumo, pois investe na necessidade dialógica e empenhativa da consumação⁽¹⁾, a qual realiza-se apenas na fruição e recriação do público, atingindo o ápice na sensibilização do outro.

Contudo, não podemos olvidar que as modificações produzidas pelas novas tecnologias determinaram um impasse na teleologia da arte e do próprio artista, enquanto transformador da realidade e produtor da cultura. A velocidade do desenvolvimento dos meios técnicos de comunicação na sociedade telemática parece ter extipardo do artista o papel de precursor dos fenômenos técnicos, científicos e culturais⁽²⁾ na medida em que o utilitário e o ornamento adquiriram relevância. A hegemonia da racionalidade técnico-científica acentuou a dicotomia entre arte e ciência, entre criação e produção, privando o artista de aprender a linguagem e as realidades dos instrumentos tecnológicos, principalmente nos países periféricos, onde a democratização dos **mass media**

está longe de ser alcançada. O descompasso é evidente: interdidas as vias de acesso às novas tecnologias, devido à interposição de obstáculos políticos, ideológicos e econômicos, gera-se uma nova categoria de “analfabetos”, na qual muitas vezes o artista inclui-se, como um ser mais próximo do artesão medieval do que do letrado em informática⁽³⁾.

Como poderia o artista suprimir o abismo criado entre arte e ciência, preservando o humanismo e evitando a banalização das formas estéticas? Considerando a necessidade de sincronia entre o avanço tecnológico e a formação do artista para articular as linguagens próprias do seu tempo, como pode ele restabelecer a ludicidade da técnica, impedindo que todos os objetos por ela tocados se tornem amorfos, acríticos e inofensivos à sensibilidade? Acreditamos que, diante da extrema dependência dos produtores da cultura de massa em relação à esfera econômica, o artista deve preservar sua independência crítica e criativa, investindo numa decisão empenhativa que subtraia a obra de arte das vizinhanças do ornamento e da mercadoria. Através da mobilização da imaginação e do conhecimento das novas linguagens, o artista deve resistir ao monopólio e à normatização imposta pela técnica, buscando “o renascimento da subjetividade rebelde” (Marcuse, 1981, p. 59) que, segundo Marcuse, será capaz de destruir a objetividade retificada das relações sociais e abrir uma nova dimensão da experiência, a partir da transcendência da realidade imediata. E assim, nas palavras do mesmo autor:

“Com a afirmação da interioridade da subjetividade, o indivíduo emerge do emaranhado das relações de troca e dos valores de troca, retira-se da sociedade burguesa e entra noutra dimensão de existência.” (Marcuse, 1981, p. 18).

Esta nova dimensão de existência e experiência torna-se o espaço apropriado para o advento da “outridade”, alvo móvel que o artista procura atingir. Através da

“outridade”, do nosso diálogo com nosso interlocutor interior, restabelece-se a subjetividade, a solidariedade e comunhão nas relações entre os homens.

Em contraposição à perspectiva sensível e criativa do artista-produtor de cultura, a comunicação de massa apresenta-nos um autômato que se auto-reproduz, confundindo-se com as estruturas de produção de mensagens. A indústria cultural subsidiada pelos **mass media**, investe na identificação dos indivíduos e na ordenação da realidade de acordo com a ótica da produção. O produtor na cultura de massa torna-se “nenhum”, aquele que Octávio Paz define como “a ausência dos nossos olhares, a pausa da nossa conversa, a reticência do nosso silêncio” (Paz, 1984, p. 44). E neste processo de “nenhumação”, o produtor nega-se enquanto tal, simulando e dissimulando a um só tempo, reduzindo ao mínimo as ambigüidades que se apresentam à consciência contemporânea. O produtor é, então, a transparência com que se confunde com o meio, a mensagem e a técnica, um ser de tantas máscaras para impossibilitar o desvelamento da **masse de répliques**. Superfície e vazio, materiais adequados à fabricação de um espelho que reflita a face monótona de tempo e espaços planificados. E, em sendo “nenhum”, o produtor reproduz imagens nas quais o público reconhece, alheio à **mise en abîme** que o artista afirma e nos oferta.

Ao artista não cabe negar ou afirmar suas máscaras, mas apenas inseri-las no processo de reserva e desvelamento, permitindo que a materialidade das obras seja o suporte para a afirmação das subjetividades e da comunhão criadora, da decisão empenhativa e dialógica do outro.

4 DO CONSUMIDOR

A princípio, poderíamos afirmar que a sociedade contemporânea comporta dois tipos básicos de consumidores: o ativo e o passivo. Contudo, exatamente para evitar generalizações e estereótipos, devemos ressaltar que os consumidores ativo e passivo não devem ser entendidos como formas puras de manifestação sócio-cultural, mas como pólos primários de uma atitude ubíqua frente à indústria cultural.

O consumidor ativo, respaldado por formação intelectual e emancipação dos sentimentos adequados ao desenvolvimento de uma visão crítica em relação aos produtos culturais, rejeita a banalização das formas e conteúdos promovidos pela comunicação de massa, encontrando na obra de arte o espaço necessário à transcendência da realidade imediata, para então desvelar as contradições da **mimesis** presente nos simulacros sógnicos. Contudo, no mais das vezes, o consumidor ativo poderá instrumentalizar a sua formação intelectual e sensível para a manutenção do **status quo** e para a supressão das manifestações culturais populares, desprezando-as até a extinção ou substituindo-as por arremedos inexpressivos e sem originalidade. De qualquer forma, o consumidor ativo afasta-se do “consumo” para aproximar-se da “consumação”.

Ao contrário, o consumidor passivo adapta-se com perfeição ao sentido dicionarizado de sua denominação: “...aquele que compra para gastar em uso próprio”

(Ferreira, s.d.). O individualismo e a reprodução das estruturas sociais cristalizadas são duas de suas características básicas, pois que o consumidor estabelece uma relação de empatia em relação às mensagens da comunicação de massa, olvidando sua condição e legitimando a dissimulação da ambigüidade produtor/consumidor por acreditar-se integrado no direcionamento dos meios. As contradições que se lhe apresentam são diluídas pelo desperdício programado e pela velocidade da moda, restando-lhe tão somente a ilusão de individualidade projetada na realidade fictícia da sociedade de afluência.

Octávio Paz nos apresenta a áspera realidade das sociedades submetidas à racionalidade técnico-científica:

“A máscara benevolente, atenta e deserta, que substitui a mobilidade dramática do rosto humano, e o sorriso que a fixa quase dolorosamente mostram até que ponto a intimidade pode ser devastada pela árida vitória dos princípios sobre os instintos.” (Paz, 1984, p. 27).

Sob a égide da tecno-cultura, o consumidor ativo resiste e, graças ao distanciamento crítico, absorve as novas linguagens, explorando as possibilidades de instauração de um outro princípio de realidade. Ao contrário, o consumidor passivo demonstra a sua incapacidade de tornar a experiência frente à técnica um instrumento dinâmico no processo de percepção e expressão das realidades, pois que a sua relação empática com os **mass media** fornece uma ilusão de participação. Além disso, a concepção espaço-temporal instaurada pela racionalidade técnico-científica é elevada à categoria de **mito**, categoria esta simultaneamente transferida aos instrumentos, produtos e mensagens⁽⁴⁾. Por desconhecimento ou alienação em relação à lógica do processo técnico, o consumidor passivo desempenha o papel de galinha doméstica da tecnologia, incapaz de vislumbrar a perspectiva de que o irreal da imagem significa criatividade para o real. E assim, submetido à identificação e à seriedade, nas palavras de Muniz Sodré:

“O indivíduo tende a ser a própria Organização, na medida em que esta serve de ideal do eu (objeto privilegiado do amor), para o sujeito pode se reconhecer socialmente.” (Sodré, 1984, p. 73).

Ao consumidor ativo resta, então, “alienar-se”, dos simulacros da comunicação de massa e aprender as novas linguagens a partir da dimensão de sensível, prosseguindo no desvelamento das ambigüidades inerentes ao ser humano. Do consumidor passivo deve-se esperar a redenção dos instintos, propiciada pelos demiurgos da contemporaneidade que escreverão a história de um mundo fundado na palavra poética.

5 OS PRODUTOS DA SENSIBILIDADE E DA MENSAGEM

A obra de arte é um produto do sensível, a comunicação um produto da mensagem. Esta definição básica, formulada com o intuito de simplificar a explicitação deste trabalho - como, de resto, as demais -, pode fornecer os necessários subsídios para a compreensão das diferenças e semelhanças da obra de arte e dos produtos da indústria cultural.

A priori, poderíamos retomar a simbologia do tempo cíclico, forjada pelas mensagens da comunicação de massa, para redefinir o círculo como **eclipse**, artifício produzido pela racionalidade técnico-científica com o objetivo de subtrair ao homem sua historicidade, a sua temporalidade e, concomitantemente, outorgar-lhe o papel do tempo. E aqui não pretendemos criticar o declínio do antropomorfismo, antes acreditamos que o assassinio do mito **homem-sol** determinará o advento de uma realidade mais humana e sensível. No entanto, não podemos continuar impassíveis diante da interposição da ciência e da técnica entre o nosso olhar e o visível, com a certeza de que tal atitude faz o homem abismar-se na alienação ou no desespero.

Mas eis que um sol imóvel e defunto redime a precariedade humana, dissimula as ambigüidades, inaugura nossos protótipos e instala o sujeito na seriedade da linha de produção. Enfim somos todos iguais, idênticos, pois urdidos à imagem e semelhança do “nenhum”. Neste processo de alienação e massificação, os signos de identificação tornam-se referência constantes e, destituídos da transcendência do simbólico, estabelecem-se concretamente como significados qualitativos dos produtos da indústria cultural. A semântica do produto esvazia a pluralidade, enquanto o símbolo transforma-se em revestimento figurativo da mensagem que, eficazmente, desaparece no consumo imediato para ressurgir, **a posteriori**, em outros ornamentos imagético.

Não podemos esquecer que a eficácia da mensagem depende de dois elementos essenciais: a surpresa e a improbabilidade. Mas, por outro lado, a dependência dos veículos de comunicação em relação à estrutura econômica e à credibilidade da opinião pública inviabiliza a criação de formas radicalmente originais, provocando outro tipo de dependência: a comunicação de massa baseia-se na pilhagem e banalização das formas estéticas verdadeiras, então metamorfoseadas em ornamentos ou mercadorias adequadas às mensagens dirigidas ao consumidor. Daí resulta a dependência da técnica em relação à criação artístico-cultural, embora também defina um dos artifícios empregados para o olvido das ambigüidades do sistema de produção e consumo, uma vez que a comunicação de massa, legitimada pela opinião pública, instaura **verdades** próprias aos seus simulacros.

A obra de arte mobiliza a imaginação com o intuito de estimular a criatividade/sensibilidade e possibilitar “o advento de uma sociedade fundada na palavra poética”(PAZ, 1976, p. 79). Portanto, podemos considerar a obra de arte como forma sensível de natureza cognitiva, pois permite ao homem abandonar-se e, simultaneamente, apreender a realidade. E assim, o distanciamento que o autor e fruidor mantêm em relação à obra torna-se o espaço adequado à afirmação da solidão como fator de emancipação de nossa sensibilidade. Neste sentido, considere-se que o abandono da

visão monocular da Renascença pela arte contemporânea aponta para a realização de um projeto de desconstrução dos simulacros e de desvelamento da realidade imediata.

Apesar de muitas vezes transformada em mercadoria, a obra de arte prescinde do valor da troca e resiste à massificação do consumo graças à sua originalidade e subjetividade, investindo contra os princípios e buscando aprofundar a crise da representação para destruir os signos de identificação planejada. Assim, a revelação da “outridade” rasura o espaço em branco da pós-modernidade, abismando-nos na dilatação do espaço, na suspensão do tempo e no eclipse da imagem do homem.

A verdadeira obra de arte é um produto cultural, pois gerada na vertigem das formas pela subjetividade do artista e, por isto, plena de significados, original, perene e indestrutível. Um objeto que resiste à objetualização porque autônomo em forma e conteúdo, os quais apenas se realizam na tensão da multiplicidade, quando o plural faz comungar artista e público, desejo e razão.

A comunicação de massa também comporta desejo, no entanto investido no objeto que se esvai no ciclo inelutável de produção e consumo, produção de diferenças marginais, consumo de identidades estandardizadas. A obra de arte, ao contrário, deseja o outro, “o sentimento de estar no coração do ser”, segundo Delacroix. A obra de arte não quer comercializar nada, mas pode ser recriada e transcendida para alimentar a paixão pelo possível.

6 CONCLUSÃO

As reflexões apresentadas neste trabalho não se pretendem findas ou definitivas, antes representam a possibilidade de estabelecer um ponto de partida para o questionamento das relações entre arte e novas tecnologias. A realidade contemporânea se nos apresenta como um fenômeno de dispersão e reunião de tantos discursos e imagens que, apenas aqui, pós-texto, vislumbramos objetos e realidades a serem habitados pela sensibilidade que diuturnamente vem engendrando novas formas de arte. Decerto, ao longo do tempo que ocupamos com nosso discurso, inúmeras obras de arte alcançaram as respostas que nossas questões jamais almejaríamos. Resta-nos visitá-las.

NOTAS

- (1) “Consumar” significa “acabar, realizar, completar”, subentendendo-se que a ação ou fruição consumadas são plenas, sem resíduos. Cf. FERREIRA, s.d.
- (2) A transição da cultura artística para a tecno-cultura é um dos pontos fundamentais das reflexões de Eduardo Subiratis, pensador espanhol contemporâneo. Cf. SUBIRATS, 1988.

- (3) Acerca da crise da palavra, consultar STEINER, 1988.
- (4) Acerca deste tema especificamente, consultar DORFLES, s.d.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 ARISTÓTELES. Poética. In: _____. **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1973, p. 439-512.
- 2 BORGES, Jorge Luis. **Nova antologia pessoal**. São Paulo: Difel, 1982.
- 3 DORFLES, Gillo. **Novos ritos, novos mitos**. São Paulo: Martins Fontes, s.d.
- 4 ELIADE, Mircea. **Ferreiros e alquimistas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- 5 FAUSTINO, Mário. **Poesia-experiência**. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- 6 FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, s.d.
- 7 HERÁCLITO. Fragmentos. In ANAXIMANDRO et al. **Os pensadores originários: Anaximandro, Parmênides, Heráclito**. Trad. Emanuel Carneiro Leão e Sérgio Wrublewski. Petrópolis: Vozes, 1991, p. 57-93.
- 8 MARCUSE, Herbert. **A dimensão estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1981.
- 9 PAZ, Octávio. **Signos em rotação**. São Paulo : Perspectiva, 1976.
- 10 _____. **O labirinto da solidão e post-scriptum**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- 11 SANTAELLA, Lúcia. O signo à luz do espelho. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16 de set. 1984, Folhetim, p 3-5.
- 12 SODRÉ, Muniz. **A máquina de Narciso**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.
- 13 STEINER, George. **Linguagem e silêncio: ensaios sobre a crise da palavra**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- 14 SUBIRATS, Eduardo. **Da vanguarda ao pós-moderno**. São Paulo: Nobel, 1988.