

## Arte e design digitais: das suas redes significantes e institucionais <sup>1</sup>

Monica Tavares<sup>2</sup>

Escola de Comunicações e Artes da USP

### Resumo

Este artigo pretende investigar quais são os fundamentos que sustentam as redes significantes e institucionais inerentes aos sistemas de produção e recepção da arte e do design digitais. Primeiramente, apresenta um breve panorama histórico que circuncreve as relações da arte e do design ocorridas principalmente no decorrer do século XX. Em seguida, procura identificar o que alicerça a instauração do espaço social vivido na sociedade tecno-cultural, distinguindo qual o papel da comunicação e o das redes significantes e institucionais responsáveis pela retórica visual, imanente à cultura do digital.

### Palavras-chave

arte; design; comunicação; redes significantes; redes institucionais.

### 1. Das raízes históricas

Pensar os fundamentos que embasam e sustentam a formação dos modos de ver da contemporaneidade (ou, de modo mais específico, da arte e do design) remete-nos necessariamente à perspectiva de apreender sob o ponto de vista histórico-cultural as práticas discursivas e significantes envolvidas nessa construção.

O texto de Marc Le Bot, **Arte/design** (2008), explicita de modo exemplar como o design é subproduto da arte do século XX. Tomando como pressuposto que toda forma de arte está implicada na instituição do espaço social, o autor lembra que com o aparecimento da sociedade industrial ocorre a dissociação entre arte e técnica, fazendo com que ocorra uma mudança da função da arte, que dominava até aquela época, dada em razão do aparecimento do modo de produção capitalista.

---

<sup>1</sup> Artigo científico apresentado ao eixo temático “Estéticas e ciberarte”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

<sup>2</sup> Monica Tavares é doutora em Artes pela Universidade de São Paulo (2001), mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (1995) e possui graduação em Arquitetura pela Universidade Federal da Bahia (1982). Atualmente, é pesquisadora do CNPq e docente do Departamento de Artes Plásticas da ECA/USP. email: mbstavares@usp.br.

Contudo, é de modo ambivalente que a arte de vanguarda se impõe no cenário cultural de início de século XX, o que implica contradições no que concerne ao surgimento de diferentes ordens de visualidade.

Se por um lado, a arte de vanguarda vai de encontro às coerções do sistema, visto que busca de maneira inovadora lidar com a transformação de uma realidade histórica, social e cultural, por outro, ela vai ao encontro das forças do progresso, visto que com ele mantém reciprocidades, ao comportar-se de modo exortativo, pois retrata identificação com a supremacia da razão científica e tecnológica, assim como a garantia de enaltecimento da máquina.

Por outro lado, desde que o gesto de Duchamp introduz o não-artístico no artístico, discutindo sob a via contextual, e por assim dizer institucional, se um objeto é arte ou não, vai-se confirmando pela via do experimentalismo, do funcionalismo e do sincretismo (Ferrara, 1986:9-12) a virada da arte em direção à linguagem. Disto decorre que a arte passa a criar seu próprio referencial, tornando-se tema de si própria e, não menos importante, emancipando-se da representação naturalista. É deste cenário que se vislumbram as similaridades e as concretas diferenças que a arte e o design vão assumindo histórico-culturalmente.

Seja como símbolo do universo tecnológico, seja como negação às formas miméticas de representação (e tudo que delas está implicado), o que decorre desse palco de ambigüidades, por mais paradoxal que possa parecer, é a configuração de uma arte autônoma e autotélica, trazendo no seu bojo a tendência pela reflexão sobre o seu próprio criar.

Concomitantemente a esse cenário, tomam forma a explosão e a mistura de gêneros, dando margem ao aparecimento de novas artes em que as noções de interculturalidade e intertextualidade são determinantes. Mesmo voltada para si, a arte passa a sofrer influência de outras heteronomias, mas, como diz Le Bot (2008, p.21), assume em relação ao design uma diferença categórica, ao tempo em que se coloca como “lugar marginal e descentrado com relação ao centro político de decisão, onde o código social e a ordem política podem ser ao mesmo tempo refeitas e desfeitas”.

Basicamente, tal diferença traz em seu cerne as estratégias que vinculam os processos de produção aos de recepção dos objetos de arte e design, que hoje (e, de certo, antes não era tão diferente) se estruturam aos padrões da moda e do hiper-consumo. Contudo, ao considerar que no contexto da arte digital, a rede que a sustenta se alimenta de um “mercado” de conteúdos significativos e não do mercado tradicional de obras nota-se que, de modo

contraditório e não antagônico, a relação entre o design e este tipo de arte vê-se de certo modo novamente embaralhada.

Embora as práticas receptivas na arte e no design digitais tenham se transformado, a rede que suporta as experiências dos receptores sustentam circuitos pervasivos de consumo. E, nestes casos, as instituições que aceitam a responsabilidade pelos processos de produção, difusão e distribuição acercam-se cada vez mais da economia e do marketing.

E esta dúbia relação será aqui identificada a partir da longa citação de Flusser (2007a, p.56), apresentada a seguir:

*The words design, machine, technology, ars and art are closely related to one another, one term being unthinkable without the others, and they all derive from the same existential view of the world. However, this internal connection has been denied for centuries (at least since the Renaissance). Modern bourgeois culture made a sharp division between the world of the arts and that of technology and machines; hence culture was split into two mutually exclusive branches: one scientific, quantifiable and 'hard', the other aesthetic, evaluative and 'soft'. This unfortunate split started to become irreversible towards the end of the nineteenth century. In the gap, the word design formed a bridge between the two. It could do this since it is an expression of the internal connection between art and technology. Hence in contemporary life, design more or less indicates the site where art and technology (along with their respective evaluative and scientific ways of thinking) come together as equals, making a new form of culture<sup>3</sup>.*

De certa forma, Rutsky também parece concordar com tal vinculação, quando lembra que no momento que a tecnologia e a estética começam a se transformar em uma coisa só, torna-se mais apropriado falar do aparecimento de uma estética *high tech*<sup>4</sup> (1999, p. 8). Ao referir que essa conjunção se inicia no fim do século XIX e início do século XX, Rutsky (1999, p.12) afirma que os esforços para fazer a arte mais funcional e tecnológica podem ser vistos, na verdade, como uma tentativa de estender uma racionalidade tecnológica para o domínio da arte e das formas de cultura em geral.

Rutsky (1999, p.13) declara ainda que à medida que esta prática vai se generalizando no contexto da cultura contemporânea, este processo de reprodução não pode mais ser visto

---

<sup>3</sup> “As palavras *design*, máquina, tecnologia, *ars* e arte estão intimamente relacionadas uma com a outra, sendo um termo impensável sem os outros, e todas elas provêm da mesma visão existencial do mundo. No entanto, essa conexão interna tem sido negada durante séculos (pelo menos desde o Renascimento). A cultura burguesa moderna fez uma nítida divisão entre o mundo das artes e aquele da tecnologia e das máquinas. Conseqüentemente, a cultura foi dividida em dois ramos mutuamente exclusivos: um científico, quantificável e ‘hard’, e outro estético, especulativo e ‘soft’. Esta infeliz divisão começou a se tornar irreversível no final do século XIX. No vácuo, a palavra *design* formou uma ponte entre os dois. Isto poderia ocorrer uma vez que é uma expressão da conexão interna entre arte e tecnologia. Assim, na vida contemporânea, o design indica mais ou menos o local onde a arte e a tecnologia (juntamente com seus respectivos modos de pensar – científicos e especulativos) se reúnem como iguais, fazendo uma nova forma de cultura.” Os textos originais em língua estrangeira, a partir de agora, serão traduzidos pela Autora e assim identificados: (T.A.).

<sup>4</sup> Mesmo considerando que essa união entre a arte e a tecnologia é diferente da noção de *techné* proposta por Heidegger, Rutsky (1999, p. 8) crê viável correlacioná-la à idéia de *high techné*.

na noção de uma simples funcionalidade, mas deve ser considerado na sua própria lógica estética. Ao se distanciar de sua aura e de seu valor de uso, a produção estética torna-se indistinguível da produção cultural. Torna-se, em outras palavras, um processo de pastiche. E, neste ponto, este processo se reveste cada vez mais de uma complexidade tecnológica, começando a aparecer como um tipo de mutação cultural. Ou seja, neste ponto, tem-se que: “a tecnologia torna-se tecno-cultural”.

Identificar o que sustenta essa nova forma de cultura inerente às relações de arte e design digitais que garantem a instituição do espaço social vivido na sociedade do hiper-consumo é o que faremos logo a seguir.

## **2. Do papel da comunicação**

Tanto no universo da arte quanto no do design, durante os últimos cem anos, tem havido uma contínua mudança de dominância, caracterizada pelo deslocamento do pólo da produção para o pólo da recepção. Dá-se a constituição da sociedade pós-industrial, em que os processos de consumo tomam força de maneira antes não imaginável.

Por outro lado, o crescente aparecimento dos mais variados instrumentos midiáticos de comunicação tem garantido uma gama enorme de experiências cotidianas que põem o cidadão na condição de participante dessa nova cultura. É inegável que, como diz Eguizábal (2006), ainda que esses meios assegurem relações mediadas e “enlatadas”, eles se configuram como um profícuo celeiro de trocas sociais.

As mídias digitais garantem um tipo de experiência na qual o receptor interage por meio de uma interface, produzida no intuito de colocá-lo como agente transformador de uma dada situação.

Seguramente, as redes que propõem e suportam as experiências dos receptores estão vinculadas a determinadas regras, que não são tão diferentes das dos antigos sistemas. Contudo, tais redes exortam, de modo estratégico e algumas vezes subliminar, o paradigma que abraça a noção de uma grande democracia. Entretanto, como lembra Equizábal (2006, p.9), o que efetivamente ocorre é que a comunicação se converte em principal consumo. Ou seja: “La comunicación ya no es un instrumento, es algo en sí misma, ni siquiera podemos

pensar que se trata de algo específico de un cierto tipo de organismos sociales, es un producto que todo tipo de empresa, organización o institución asume como parte de su existencia”<sup>5</sup>.

Em essência, segundo Eguizábal (2006), o que se nota é que a comunicação passa a chegar a todas as instâncias sociais, constituindo-se de certa forma como uma ideologia divorciada da experiência sócio-política.

Para Eguizábal (2006), hoje, o referente da comunicação é o próprio emissor. Se na sociedade industrial, o referente da comunicação era a mensagem, e também o objeto, agora as estratégias comunicativas priorizam a função expressiva da mensagem. Isto se dá em razão do apagamento da identidade material do produto devido às mudanças tecnológicas, devido à perda das diferenças objetivas dos produtos entre as mercadorias dos distintos fabricantes e, também, devido ao esvanecimento da identidade semiótica do produto, dificultando seu emprego comunicacional.

O que é oferecido pelo pólo da produção se fundamenta menos no objeto em si e mais na criação de fascinantes narrativas e fluxos contínuos experimentados pelos receptores. No entanto, se a singularidade do receptor é valorizada, ao mesmo tempo ela se vê perdida em razão da estonteante saturação de informação que o coloca diante de um jogo entre si e o outro.

Diz-se que com o uso das novas tecnologias digitais, o receptor torna-se mais ativo, enquanto que a arte torna-se menos elitista e mais democrática e o design converte-se em um meta-design. Mesmo que isto efetivamente possa ocorrer, vale salientar que o crescente papel que o consumo hoje desempenha em todas as esferas da vida cotidiana traz à tona questões de estilo e informação como determinantes dos processos de consumo. Conforme Cohen & Rutsky (2005, p.1), a informação se tornou a moeda do próprio consumo e este tem se tornado uma questão de meta-consumo.

Baudrillard (2005, p.11-12) argumenta que na tecnologia da informação, não há mais qualquer signo no sentido do referente, do significante ou do significado. A mediação do signo é invadida pela linguagem binária. Se na linguagem a significação ocorre pela diferença entre os signos, na tecnologia digital, este tipo de interação desapareceu. Ou seja, no virtual, não há coordenação, mas concatenação de sinais. “Há uma imanência, um imediatismo das

---

<sup>5</sup> “A comunicação já não é um instrumento, é algo em si mesma, nem sequer podemos pensar que se trata de algo específico de certos tipos de organismos sociais, é um produto que todo tipo de empresa, organização ou instituição assume como parte de sua existência.” (T.A.).

coisas. Isso é o que é novo. Não é a morte da realidade, pois a realidade como um todo passou para o sinal. O sinal absorve a realidade. Imagens devoram a realidade”.

Como salienta Hamelink (2003, p.11), na tendência à convergência, resultante do processo de digitalização, os sons, dados e imagens convergem para o formato digital; tornam-se diferentes em substância, apesar de idênticos, no sentido técnico. Segundo o autor (2003, p. 12), a digitalização reforça um processo social em que a produção e a distribuição de informação evoluem para a mais importante atividade econômica da sociedade. A tecnologia da informação começa a funcionar como a infra-estrutura fundamental e a informação se torna uma *commodity* negociável em escala global.

E, neste sentido, Brummett (2008, p. xii) chega a admitir que o estilo é, talvez, a principal via pela qual as culturas estão sendo hoje organizadas. Provavelmente, o estilo é atualmente o mais importante mecanismo de *commodification* e consumo. Enfim, é a “... *key to constructing a rhetoric for the twenty-first century*”<sup>6</sup>. Para este autor (2008, p. xiii), apesar da grande diversidade e da enorme fragmentação do mundo contemporâneo, o estilo é aquilo que liga o mundo em um sistema relativamente homogêneo de comunicação. É a base para a organização social de hoje. Enfim, expressa valores sociais, delimita categorias, e organiza tempo e espaço.

Para Rutsky (1999, p.4), na estética *high tech*, a tecnologia não pode mais ser definida unicamente em termos de sua instrumentalidade ou de sua função. Ela se torna muito mais uma questão de representação, de estética, de estilo. A capacidade tecnológica para reproduzir, modificar e remontar elementos estilísticos ou culturais se torna não apenas um meio, mas um fim em si mesmo.

Em outras palavras, o estilo é a categoria transcendente de organização da experiência cotidiana (Brummett, 2008, p.4). E os *mass media* são a fonte de informação para a valorização do estilo, sendo que esta passa a ser compartilhada globalmente (Brummett, 2008, p.5). O estilo direciona as pessoas na organização social por meio da estética e da informação, prevalecendo, assim, uma retórica visual como base para a comunicação.

Ao considerar a noção de estilo como um conjunto de elementos recorrentes que se organizam e rearranjam em experiências identificáveis no âmbito social e cultural, entendemos que, com base em Lash (2002, p. viii), a unidade paradigmática da sociedade midiática é, portanto, a comunicação, por ele definida como (2002, p. 203) como o transporte

---

<sup>6</sup> “... a chave para a construção de uma retórica do século XXI.” (T.A.).

de conteúdo codificado de um ponto a outro qualquer. Na economia dita “da comunicação” (Lash, 2002, p. 205), ocorre a desorganização do capitalismo contemporâneo (ibidem, p.206). Neste caso, o processo de diferenciação das estruturas, dos sistemas, das organizações e instituições alcança um limite; este se reverte e dá lugar ao aparecimento de um processo de generalizada indiferenciação de fluxos (2002, p. 207).

As tecnologias digitais e a rede física compõem a infra-estrutura material que possibilita tais fluxos e interações. E, neste sentido, os conceitos de *space of flows* e *timeless time*, propostos por Castells (2000 *apud* Castells [et al.] (2007, p.171) sustentam essa “... nova forma espacial característica de práticas sociais que dominam e definem a sociedade em rede”.

Além do mais, como bem lembra Lash (2002, p.x), na cultura do fluxo, a idéia de jogo é considerada como imanente atividade da troca simbólica, firmando-se como uma atividade modal da cultura tecnológica. A causalidade é deslocada em favor da *additivity*. A crítica e o crítico não mais ocupam o âmbito do transcendente. Os fluxos de informação firmam-se contrários à lógica da reprodução, abandonando esta em favor do consumo, excesso e produção crônica (2002, p.xii). Os objetos são consumidos não pela contemplação, mas pela distração (2002, p.71)

Radicalizando Lash (2002, p.214) chega ainda a admitir que se vive a crise da própria reprodução, e afirma: “*Life goes on outside the organism*”<sup>7</sup> (2002, p.215), uma clara referência à emergência do universo do pós-humano e do apagamento do simbólico. Enfim, um mundo em que se prioriza menos o significado, e mais a operacionalidade. E, ademais, trazendo a discussão para a arte, Lash (2002, p.217-218) afirma que ela é um “subproduto acidental da idéia”, não lhe cabendo mais um julgamento estético. Diz o autor:

*The shift from a logic of structures to a logic of flows is made possible by the stretched relationships brought by such generalized outsourcing.(...) There is an outsourcing of the author function onto teams of co-workers, an outsourcing of expression function of formalist painting onto the installation of conceptual art. It is at this point that art becomes no longer a question of deep meaning and extended duration, but instead of operationality and brief duration. In this sense now art becomes communication”* (2002, p.208)<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> “A vida dá seguimento fora do organismo” (T.A.).

<sup>8</sup> “A mudança da lógica de estruturas para a lógica de fluxos é tornada possível pelas estendidas relações trazidas pela terceirização generalizada. (...) Há uma terceirização da função de autor pelas equipes de co-autores e uma terceirização da função de expressão formalista da pintura pela instalação de arte conceitual. É neste ponto que a arte se torna não mais uma questão de profundo significado e de duração prolongada, mas em vez disso de operacionalidade e de curta duração. Neste sentido, torna-se agora a arte da comunicação.” (T.A.).

De fato, manifesta-se “... *a state of fascination and vertigo linked to this obscene delirium of communication. A singular form of pleasure perhaps, but aleatory and dizzying*”<sup>9</sup> (Baudrillard, 2002, p.152).

### 3. Do papel das redes significantes e institucionais

Visto a importância que hoje a comunicação adquire no desenrolar das trocas sociais, examinaremos a seguir como as redes significantes e institucionais, mantenedoras dessa prática comunicativa asseguram o discurso seja da diferenciação ou da in-diferenciação categórica entre arte e design digitais. Muito contribui para este objetivo a pressuposição, antes referida, de que o estilo tem alcançado autonomia na vida contemporânea, indo além da sua capacidade de dispor, e, como acrescenta Lury (2002, p. 201-202), em referência a Miller, torna-se ele próprio um foco de interesse.

Para Lury (2002, p. 202-203), tal autonomia está vinculada ao papel que hoje os objetos absorvem na mediação da economia. Corroborando Daniel Miller (1991), a autora admite que a questão de diferenciação de gosto está relacionada à assimétrica inter-relação existente entre cultura objetiva e cultura subjetiva. De certo modo, considera que, nas sociedades modernas, esse primeiro tipo de cultura (o vinculado à instrumentalidade) tem se tornado cada vez mais autônomo em relação ao segundo. Reconhece que tal independência tem conduzido a primeira categoria de cultura a se tornar um estilo de vida. Diz Lury: “*that education, taste, and reflexivity are no longer the means by which objective culture is organized; that they are displaced by information, operationality, and technique*”<sup>10</sup>. Enfim, a cultura objetiva torna-se um *medium* e os sujeitos nela estão inseridos e imersos no fluxo de objetos e em uma incomensurável descontinuidade de tempo e espaço.

Agora, com base no pensamento de George Simmel (1990), Lury (2002, p. 204-205), em certo sentido, reforça a emergência de uma transformação cultural e estética, ao apresentar três tendências que explicariam como parcialmente a cultura objetiva pôde ter crescido nas modernas sociedades industriais, culminando com a idéia de estilização da vida contemporânea: a) o crescente aumento no número de objetos; b) a intensificação da divisão de trabalho; c) a especialização dos próprios objetos. Entretanto, de modo paradoxal, o que

<sup>9</sup> “... um estado de fascinação e vertigem associada a este obscuro delírio de comunicação. Talvez uma forma singular de prazer, mas aleatória e vertiginosa.” (T.A.).

<sup>10</sup> “aquela educação, aquele gosto, aquela reflexibilidade já não são os meios pelos quais a cultura objetiva se organiza, estes são deslocados pela informação, pela operacionalidade e pela técnica” (T.A.).

disto decorre, como complementa a autora, é que neste processo quanto mais os objetos priorizam o design, menos eles se tornam um problema de gosto (e conseqüentemente de estética).

O que se percebe, com base na argumentação de Lury (2002), é a pressuposição de que a materialidade do próprio objeto aparece assim como meio para efetivamente garantir a sua singularidade, a sua distinção, reforçando conceitualmente o princípio que traz a reboque o paradoxo antes citado. Tomando-se da idéia de Manzini (1989), Lury (2002, p.206) salienta que os objetos passam a ter a capacidade de não simplesmente apresentar uma singular e “verdadeira” imagem de si próprios, mas são agora combinações de materiais e processos e perdem cada vez mais a capacidade de se referir explicitamente ao assunto tratado. Entende, portanto, que a crise de identidade a eles inerente é em parte uma conseqüência do desenvolvimento dos novos materiais os quais eliminam a possibilidade de dotar qualquer materialidade com uma determinada identidade. Completa a afirmação, ao referir Manzini e afirmar que atualmente os objetos partilham um tipo de transitividade universal da forma.

Assim, ao considerar que um modelo pode se referir a uma série de objetos, Lury (2002, p.208) ainda destaca que a classificação de objetos torna-se cada vez mais dinâmica, que está em contínuo movimento, sugerindo, pois, que a distinção entre classes de objetos não é mais estável. Ratificando Wood (2000), ela argumenta que o sistema de objetos contemporâneo se assemelha mais a um sistema de fluxos do que a um sistema de categorias.

Deste modo, tomando em consideração o universo da arte e do design digitais, pode-se constatar – em analogia ao que Bogost (2007, p. ix) refere como *procedural rhetoric*, considerada nada mais do que a arte da persuasão através de representações baseadas em regras e interações ao invés da palavra falada e escrita, e das imagens estáticas ou em movimento – o aparecimento de novos objetos em que questões de simulação, indeterminação, cálculo e projeto sustentam as formas de imaginar e criar. Nestes casos, as concretizações das imagens dão-se na medida em que as experiências são atualizadas, na medida em que as ações, de certo modo programadas, trazem à tona o jogo como mediação dos fluxos e trocas sociais.

Visto que as situações e experiências então geradas necessitam, antes de tudo, ser “informadas”, ou como diz Flusser (2007b, p.31), impor forma à matéria, fica patente, portanto, a significância cultural que este tipo de imagem hoje absorve, dada principalmente em razão do seu caráter de modelo e paradigma numérico, de multiplicidade imanente geradora de séries.

Para Lury (2002, p.209), a exploração de um novo “espaço de superfície” contribui para pensar o objeto da contemporaneidade como uma questão de jogo, cálculo e controle, trazendo a idéia de que tal mudança reforça, assim, o ilimitado potencial de transmutação da forma. Diz a autora: “*In this space the object is constituted not so much in relation inwardness, substance, and durability, that is, as a fixed, discrete, and stable entity, but rather in relation to externality, connection, and inventiveness, as open, receptive, and incomplete*”<sup>11</sup>. Os objetos não são mais entendidos em termos de qualidade do produto, mas como um sistema de relações, uma configuração de performances. Enfim, eles são percebidos tanto por seus produtores quanto pelos consumidores como um meio de possibilitar a comunicação. Lury (2002, p.211) complementa que o objeto não se apresenta como um meio para o alcance de um fim, mas como um *medium* para viabilizar efeitos que serão descobertos no seu uso.

Se antes, como diz Flusser (2007b, p.31), o objetivo era “formalizar o mundo existente”, hoje, no contexto da “cultura materializadora” (termo pelo autor preferido em lugar de “cultura material”), o propósito passa a ser “realizar as formas projetadas para criar mundos alternativos”.

O que disto decorre é uma inevitável proximidade, ou melhor interdisciplinaridade, entre arte e ciência, arte e tecnologia, arte e comunicação, e arte e design. E, por outro lado, transparece a existência da intrínseca vinculação da arte e do design digitais com a engenharia, assim como se tornam claras as relações estruturais, que passam a ser estabelecidas entre essas duas áreas e a economia, a sociologia, a política e a psicologia.

Neste contexto em que o numérico se faz presente, os objetos de arte e design digitais tornam-se inegavelmente cada vez mais próximos. Como sugere Barnard (1998, p. 141-142), estabelecer uma neutra, objetiva e inocente definição tanto do que venha a ser arte quanto do que venha a ser design já há muito é tarefa impossível.

Ao longo da história, diferentes culturas em distintos tempos e espaços usaram leis e códigos diversos para definir o que venha ser arte ou design. Tais enunciações se baseiam em convenções, que diretamente se relacionam às estruturas sociais vigentes e se mostram de acordo aos seus valores e crenças culturalmente significantes. Deste modo, no intuito de explicitar as redes que sustentam as relações entre arte e design digitais, seguiremos a

---

<sup>11</sup> “Neste espaço, o objeto é constituído não tanto em relação à interioridade, à substância e à durabilidade, ou seja, como uma entidade fixa, discreta e estável, mas sim em relação à exterioridade, à conexão e à inventividade, o mais aberto, receptivo e incompleto.” (T.A.).

proposta de Barnard (1998, p. 131-132), com base em Williams (1981), que entende que as distinções culturalmente significantes podem ser consideradas como sistemas de signos. De modo geral, estes signos podem ser divididos em dois tipos: a) signos externos, aqueles concernentes aos sistemas de produção e reprodução das organizações sociais; b) os internos, aqueles relacionados às formas significantes.

Assim sendo, Barnard (1998, p. 124-131) entende que mais do que definir arte e design ora como produto de um consciente processo de planejamento, ora como intenção estética, ora pela sua alta qualidade de representação, vale a pena investigar de que forma os signos internos e externos envolvidos se interligam de modo a gerar as significações. Enfim, cabe priorizar, de um lado, de que modo a materialidade do objeto pode implicar esta ou aquela forma significativa (aqui tratada pela singularidade da imagem numérica dada à noção de *procedural rhetoric*), e, de outro, como as redes institucionais alicerçam a inserção do objeto no contexto social.

Pelo visto até o momento, vale salientar que a materialidade das tecnologias digitais desvela, com base nas idéias de jogo, código, comunicação, reversibilidade e procedimento, uma indiferença entre o que venha a ser arte e design. Fica patente que a saturação da informação garantida pelo fluxo e convergência de imagens, textos, sons, etc. contribui sobremaneira para difundir a idéia de que a distinção entre arte e design não mais é tão aparente. Considerando sua intrínseca e imanente estrutura que, de modo paradoxal, traz à tona a tendência para uma existência socializada nota-se claramente suas afinidades e, sobretudo, as constâncias de procedimento, mantenedoras dos fluxos e trocas. E, neste sentido, os paradigmas de “encantamento da comunicação”, que, de alguma forma, mantêm os princípios ideológicos de um hiper-consumo, asseguram a dissimulação das fronteiras entre essas áreas, mascarando suas diferenças. Neste contexto, o objeto em si mesmo, seja ele de arte ou design, não se sobressai em seu caráter formal e significativo.

Por outro lado, como bem lembra Darley (2000, p.5-6), na cultura digital contemporânea, muitos gêneros (como o *ciberpop*) tendem à pura diversão consistindo em formas que são imediatas e efêmeras em seus efeitos. Constituem-se como diversões manufaturadas, formas de puro espetáculo, e são olhadas como triviais e esteticamente estéreis. De certo modo, a nosso ver, guardam analogia a um grande número de recentes trabalhos de arte digital (levadas em conta as exceções existentes) que difundem um discurso de autonomia artística, mas que se firmam na produção de conteúdos comunicativos cada vez mais recreativos (Tavares, 2001, 2007). Contudo, seguindo a linha aberta pelo argumento de

Darley (2000, p.7), acreditamos que seja importante reconhecer a validade e a complexidade dessas práticas de expressão, não se podendo negar que tais formas visuais, como propõe Matrix (2006, p. 1), têm uma função didática. Tais produções promovem uma tecno-alfabetização, transmitindo um imaginário tecno-científico para grandes audiências públicas. Por exemplo, tem sido este o caso de algumas exposições patrocinadas por instituições culturais no universo das mídias digitais.

Curiosamente, é o sistema no qual o objeto é inserido que de modo sutil confere-lhe o estatuto o qual assegurará a condição de ser ele um aspirante à “comunicação”, ou como candidato a participar do mundo da arte ou do mundo do design.

No caso do design, tal garantia seria patenteada pelo mercado, pelo incentivo a uma cultura do hiper-consumo, na qual, como refere Julier (2000, p.64), está implicada uma tensão entre a autonomia individual e a manipulação de necessidades e desejos pelas corporações dominantes. Todavia, o consumo, além de garantir a posse deste ou daquele objeto, pode também envolver experiências prazerosas, que inequivocamente estão inseridas em um leque de implicações culturais e ideológicas.

Já no caso da arte, como lembra Carrol (1999, p. 231-232), a teoria chamada institucionalista (defendida por George Dickie e por Arthur Danto) admite que o estatuto que determina se um objeto é arte (ou não) é a sua gênese social. Tal teoria preconiza que existe uma prática social com leis e determinados papéis subjacentes aos processos de produção e recepção desses objetos, os quais determinam se este ou aquele objeto pode ascender à categoria de arte. Em linhas gerais, o que permite a participação ou não do indivíduo no contexto dessa rede institucional são o pertencimento e a concordância às leis estabelecidas pelo mundo da arte. Como já discutido em Tavares (2007, p. 109-110), para que um artista se insira ou permaneça como participante dessa rede, ele deve acordar suas regras, sabendo lidar com a dialética entre bloqueio e saturação. Precisa renovar-se e individualizar-se permanentemente, ao tempo que necessita fazer com que sua obra seja reconhecida como um signo de identidade <sup>12</sup>.

Todavia, tal teoria, também conhecida como “procedimentalista” traz em si, como comenta Mulholland (2005, p. 28-30) alguns problemas. Considerando o contexto do que vem

---

<sup>12</sup> Para Cauquelin (2005, p.56-65), na passagem da arte moderna para a arte contemporânea ocorre a transposição do regime do consumo para o da comunicação. Cinco princípios sustentam o movimento generalizado da comunicação: 1. a própria noção de rede; 2. o bloqueio (ou a autonomia); 3. a redundância e a saturação; 4. a nomeação (ou a prevalência do continente sobre o conteúdo); 5. a construção de realidades com base em simulações

sendo aqui tratado, vale principalmente observar aquele relativo à ênfase dada ao poder das instituições da chamada *high art* que, em certa medida, é encarada como responsável pela crescente burocratização da arte, ocorrida desde a década de sessenta do século passado. No entanto, tal constatação tem levado algumas instituições (tal qual o MOMA em New York e o Tate Modern em Londres) a deslocar os modelos lineares e históricos de exibição, em favor de temáticas que tratam de questões inerentes às práticas artísticas em geral.

Curiosamente o que se nota é que da absorção da referida crítica reinstaura-se um ciclo de valorizações deste ou daquele objeto, novamente pelo simples fato de o mesmo apresentar-se em espaço expositivo reconhecido pelas convenções e pelos agentes do chamado mundo da arte. Mesmo que alguns artistas escolham a rede Internet ou locais diversos para escapar de participar dos circuitos oficiais, agrupando-se em portais ou locais com o intuito de se situarem fora das regras do sistema, o que, em suma, se nota é a formação de discursos e ações outras que indiretamente acabam valorizando as prerrogativas das redes oficiais.

Diante do exposto, mesmo conscientes de tais circunstâncias o que se apreende é que os artistas e designers continuam a produzir seus trabalhos, os críticos a avaliá-los, os museus e as galerias a exibi-los para sempre maiores audiências, cada vez menos especializadas.

Ao retomar a direção proposta por Barnard (1998), já antes referida, que considera as diferenças culturalmente significantes como via para se pensar a distinção ou a indistinção entre arte e design, ratifica-se com base no que foi até aqui argumentado a dificuldade de se estabelecer classificações e categorizações excludentes em relação aos sistemas de objetos digitais. Tal constatação pode ser explicitada principalmente em razão da especificidade numérica dessas tecnologias, que alicerçam os conceitos de *procedural rhetoric* (Bogost, 2007) e de *space of flows* e *timeless time* (Castels, 2000, *apud* Castells [et al.], 2007), e em razão da teia de relações asseguradas pelas redes institucionais de criação e recepção dos produtos culturais contemporâneos.

Nesse cíclico enlace está implicada, portanto, uma série de sentidos e significações fundada pelos sistemas de redes significantes e institucionais que agem subliminarmente no intuito de reforçar a inserção do receptor no jogo da cultura do digital.

No contexto dessa teia de relações mantidas por heteronomias e autonomias, cabe afinal perguntar sobre a possibilidade da existência de ações efetivas de transformação e posicionamento crítico, tanto pelo pólo da produção quanto pelo da recepção. E, nesta perspectiva, vale a pena recorrer à sugestão de Lash (2002), de pensar a arte conceitual como

uma nova prática crítica, ou então, agir com base no que propõe Flusser (2002, p.49-50), que é buscar critérios para a instauração de uma espécie de meta-crítica (crítica no sentido de uma crítica dos aparelhos fotográficos e de sua distribuição), considerada como base para uma emancipação do “fotógrafo” (neste caso, do artista e do designer) e da sociedade em geral.

### Referências bibliográficas

BARNARD, Malcolm. **Art, design and visual culture**: an introduction. New York: St. Martin's Press: 1998. 214p.

BAUDRILLARD, Jean. The ecstasy of communication. In: FOSTER, Hall (ed.). **The anti-aesthetic**: essays on postmodern culture. New York: The New Press, 2002. p.145-154.

BAUDRILLARD, Jean. The murder of the sign. In: COHEN, Sande & RUTSKY, R.L. (edit.). **Consumption in an age of information**. Oxford, New York: 2005, p. 9-17.

BOGOST, Ian. **Persuasive games**: the expressive power of videogames. Cambridge; London: The MIT Press, 2007. 450p.

BRUMETT, Barry. **A rhetoric of style**. Carbondale: South Illinois University Press: 2008. 191p.

CARROLL, Noël. **Philosophy of art**: a contemporary introduction. London, New York: 1999. 273p.

CASTELS, Manuels [et al.]. The space of flows, timeless time, and mobile networks. In: CASTELS, Manuels [et al.]. **Mobile communication and society**: a global perspective. Cambridge; London: The MIT Press, 2007. p. 171-178.

CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea**: uma introdução. São Paulo: Martins Fontes, 2005. 169p.

COHEN, Sande & RUTSKY, R.L. Introduction: Consumption in an age of Information . In: COHEN, Sande & RUTSKY, R.L. (edit.). **Consumption in an age of information**. Oxford, New York: 2005, p. 1-8.

DARLEY, Andrew. **Visual digital culture**: surface play and spectacle in new media genres. London; New York: Routledge, 2000. 225p.

EGUIZÁBAL, Raúl. El postconsumo. La condición consumidora en la sociedad de la información. **Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad**. p. 1-13. 2006. n.67. Disponível em: <http://www.telos.es/home.asp?idRevistaAnt=67&rev=79>. Acesso em: ago. de 2009.

FERRARA, Lucrécia D'A. **A estratégia dos signos**. São Paulo: Perspectiva, 1986. 197p.

FLUSSER, Vilém. About the word design. In: COLES, Alex (ed). **Design and art**. 1ed. London; Cambridge: Whitechapel Ventures Limited; MIT Press, 2007a. p. 55-57.

FLUSSER, Vilém. Criteria—Crisis—Criticism. In: **Writings**. Andreas Ströhl (edit.). Erik Eisel (trad.). Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002. p.42-50.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. Rafael Cardoso (org.) Raquel Abi-Sâmara (trad.). São Paulo: Cosac Naify, 2007b. 224p.

HAMELINK, Cees J. **The ethics of cyberspace**. 3 reimp. London: Sage Publications, 2003.184p.

JULIER, Guy. **The culture of design**. London, California, Nova Delhi: SAGE Publications Ltda, 2000. 224p.

LASH, Scott. **Critique of information**. 1ed. London: Sage Publications, 2002. 234p.

LE BOT, Marc. Arte/design. **Revista ARS**. ano 6, v.11, p.6-21, 2008.

LURY, Celia. Style and the perfection of things. In: COLLINS, John. **High pop**: making culture into popular entertainment. Massachusetts, Oxford: Blackwell Publishing, 2002. p.201-224.

MATRIX, Sidney E. **Cyber pop**: digital lifestyles and commodity culture. New York; ondon: Routledge, 2006. 197p.

MULHOLLAND, Neil. Definitions of art and the art world. In: RAMPLEY, Matthew (edt.). **Exploring visual culture**: definitions, concepts, contexts. Manchester: Edinburg University Press, 2007. p. 18-33.

RUTSKY, R. L. **High techné**: art and technology from the machine aesthetic to the posthuman. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999. 197p.

TAVARES, Monica. **A recepção no contexto das poéticas interativas**. Tese de Doutorado em Artes, defendida na Escola de Comunicações e Artes da ECA/USP, 2001. 337p.

TAVARES, Monica Os circuitos da arte digital: entre o estético e o comunicacional?. São Paulo, Departamento de Artes Plásticas da ECA/USP, **Revista ARS**, v. 9, p. 86-101, 2007.