

Do Ready Made aos Ready Media¹ **Giselle Beiguelman, 2010**

Esta aula² tem como objetivo pensar parâmetros metodológicos para situar a artemídia nos estudos da história da arte. Isso implica reconhecer as relações de “parentesco” da artemídia com outras tendências de criação e identificar as linhas de força que conformam a artemídia como um campo particular da produção artística contemporânea.

O reconhecimento dessas duas perspectivas de análise são o que justifica, parece-me, esse curso de História da Arte que Daniela Bousso e Lucia Santaella planejaram e ao qual, honrosamente, me cabe dar a sua aula inaugural.

Portanto, não me cabe esgotar o assunto, nem pretender fazer um resumo de tudo que será visto ao longo de 1 ano e meio por profissionais de gabarito profissional inquestionável. Proponho-me lançar algumas questões sobre a artemídia como campo de tensões no contexto da História da Arte, a fim de evitar posturas apocalípticas, integradas e deslumbradas que pouco ou nada contribuem para a reflexão crítica.

Faço aqui uma referência, atualizada, a uma obra de Umberto Eco dos anos 1970 que foi dominante nas discussões sobre comunicação de massa durante muito tempo e que com a popularização dos meios de produção digital me parece hoje muito pertinentes para as análises da recepção das artes digitais. (Eco 2004)

[Slide 1]³

Basicamente, Eco opunha duas posturas frente à cultura de massa: por um lado, a postura apocalíptica que via a cultura de massa como indústria e anticultura. Por outro, os integrados que enxergavam nos meios de comunicação de massa um campo alargado para a produção e o consumo cultural. Ao lermos as críticas veiculadas na imprensa e nas revistas especializadas sobre os festivais e exposições de arte digital, constatamos que essas duas vertentes seguem se digladiando na atualidade.

A elas poderíamos acrescentar a dos deslumbrados que, equivocadamente, depositam uma confiança cega no potencial transformador e criador dos gadgets, operando como fansumidores sempre prontos a defender e ostentar as marcas e os produtos que os cercam.

Afastar-se criticamente dessas posturas permite-nos desfeiteichizar a noção de artemídia reconhecendo primeiramente que não estamos tratando de um conjunto uniforme, nem designando sob essa rubrica toda e qualquer manifestação artística que se vale de uso de meios tecnológicos e de comunicação na sua composição.

Ao falarmos então em artemídia estamos abrigoando sob um termo guarda-chuva uma série de manifestações artísticas que de diferentes formas vem problematizando esteticamente os meios de comunicação e as tecnologias industriais, sendo possíveis apenas no seu imaginário.

Essa ressalva, sobre o que genericamente estamos definindo como artemídia – a produção que problematiza os meios no campo estético -- é fundamental para diferenciá-la de outros procedimentos de criação que se vale de meios tecnológicos e de comunicação como ferramentas e instrumentos de criação.

[Exemplos: Marilá Dardot | Eduardo Kac | Leandro Lima e Gisela Motta>> uso dos meios x horizonte epistemológico e imaginário da cultura das mídias – Slides 3, 4, 5]

Desde que as comunicações de massa existem a arte incorpora recursos midiáticos. O impressionismo já se valia procedimentos psicológicos e fisiológicos caros ao processo fotográfico. E o modernismo do início do século 20, da pintura à literatura, foram profundamente marcados pelo uso de recursos midiáticos em suas estratégias e obras. (Daniels 2003)

Não é possível isolar obras como a série *Nu descendo a escada* de Duchamp das técnicas de cronofotografia (precursoras da cinematografia) de Étienne Marey, como chamou a atenção Arlindo Machado, assim como não se pode entender a escrita hemingwayna ignorando a revolução de economia da linguagem que o telégrafo provocou na imprensa dos anos 1920. (Machado 2007, 9-10; Beiguelman, 1991)

[Slides 6, 7]

O tempo de exposição aqui me impede de alongar-me nesses cruzamentos e exemplos que são incontáveis. Contudo, é importante frisar que ao chamar atenção para o quanto as mídias e as artes dialogam desde o modernismo, não quero de modo algum formular uma hipótese de continuidade que redundaria em uma visão conservadora e metafísica da história, a partir da qual concluiríamos que as artes são midiáticas desde que as comunicações de massa emergiram.

[Slide 8]

Esse viés de análise é conservador porque aposta numa história progressiva em que o presente e o futuro estariam desde sempre antecipados pelo passado. Além disso, nessa perspectiva, teríamos que aderir a uma concepção determinista em que as práticas seriam produto dos meios.

[Slide 9]

A idéia aqui é pensar relações, mas a partir de um método que permita compreender as multiplicidades históricas, assumindo e entendendo que os processos não são lineares, pontuado por intervalos, reativações e também cortes entre tendências. Como escreveu Deleuze comentando a obra de Michel Foucault:

Quando aparece uma nova formação, com novas regras e novas séries, ela nunca aparece de uma vez, em uma frase ou em uma criação, mas sim escalonadamente, com sobrevivências, defasagens e reativações de antigos elementos que subsistem sob novas regras. Apesar dos isomorfismos e das isotopias, nenhuma formação é modelo de outra. A teoria dos cortes é, portanto, uma parte essencial do sistema. (Deleuze 2003, 48)

Trata-se de um método que agencia a passagem do arquivístico (cumulativo, empilhável, engavetável) ao diagramático (instável, intermitente, dinâmico) dando visibilidade às linhas transversais e diagonais móveis ao invés da hierarquia vertical das proposições (Idem, 27).

[Slide 10]

Isso nos permite refletir sobre a artemídia no âmbito da história da arte de maneira mais instigante, sem procurar seu ato inaugural ou obra fundadora e sem transformá-la em pura repetição.

É nesse contexto teórico e metodológico que podemos pensar as formas da artemídia à luz dos devires da arte contemporânea e não lhe impondo uma lógica causal que a explicaria, suprimindo toda e qualquer contradição.

Todo diagrama é provisório e inter-social. Não é o sujeito da história, nem está acima da história. Desfaz significações precedentes e constitui pontos de emergência para fazer história. (Ibid, 62)

Nesse quadro de referência, deixamos de fazer uma história linear e determinista da produção com mídias e meios tecnológicos para interrogar o tecido dos agenciamentos que a artemídia produz, ou seja: os espaços de reprogramação dos códigos de comunicação afinados com o que Ned Rossiter chamou de “estética processual das novas mídias”, atualizando algumas idéias de Guattari.

Uma estética que vai além do representado ou visualizável na tela, porque busca identificar como as práticas em rede se articulam e são condicionadas por regimes de sentido e forças institucionais, reconhecendo os aspectos materiais que incorporam. Isso não significa entender as estéticas tecnológicas como inteiramente contidas nos equipamentos e pré-determinadas pelos dispositivos, mas como produzidas no interior e através dos seus vetores de mediação (Rossiter 2006, 174-177).¹

É no campo desses vetores de mediação que gostaria que o tema desta aula fosse compreendido. Ao propor uma reflexão “do ready made ao ready media” não estou aventando a possibilidade de traçar uma linha evolutiva que iria de Duchamp a determinadas práticas de artemídia, como algumas modalidades de net arte, videoarte e ações com mídias locativas. Isso seria recair na linearização da história que queremos aqui evitar.

O que interessa aqui é por em questão os vetores que nos permitem entender o ready made como um mapa de relações produzido pelos agenciamentos internos que o produzem. Por agenciamento, entendemos aqui os procedimentos e estratégias de liberação dos devires – potências em aberto. Isso significa entendê-lo como um conjunto de relações que se atualizam. Para tanto temos que fazer o movimento reflexivo de ir do visível ao enunciável e vice-versa. É isso que constitui o saber. (Ibid, 62)

Vamos partir então de um ready made, o da Roda de Bicicleta, que é de 1913, mas que se perdeu e cuja versão que faz parte da coleção do MoMA de Nova York é a terceira de 1951. E vamos partir também de uma definição enciclopédica do ready made:

¹ O conceito de estética processual das novas mídias atualiza algumas idéias caras a Guattari que em *Caosmose* discutiu e conceituou a estética processual no âmbito das máquinas autopoieticas que extrapolam o modelo da interpretação semiótica tradicional, baseada em processos de codificação e decodificação.

O termo é criado por Marcel Duchamp (1887 - 1968) para designar um tipo de objeto, por ele inventado, que consiste em um ou mais artigos de uso cotidiano, produzidos em massa, selecionados sem critérios estéticos e expostos como obras de arte em espaços especializados (museus e galerias).

Essa definição vai ser tomada aqui como o campo do que é visível sobre o Ready Made para que questionemos: O que isso enuncia – em termos de relações de poder e como potências em aberto?

Slide 11

Alguns enunciados:

- O que faz um objeto se transformar em obra de arte é o contexto (museu/ galeria etc)
- O mecanismo de validação da obra não é a autoria da produção, mas a assinatura
- Procedimento artístico não é técnico é conceitual
- Invertem-se as relações entre útil e estético: se nada é útil, tudo pode ser estético. Desfuncionalização. (Argan 1992, 358)

Esses enunciados se atualizam na arte conceitual dos anos 1950, no pop e particularmente no campo da artemídia no qual procedimentos de apropriação de territórios informacionais são colocados em questão, como ocorre na Magnet TV de Nam June Paik, verdadeiro exercício de imagem feita pelo “Homem sem a Câmera”, e por obras de net art, como _readme, de Heath Bunting.

Slide 12

Nesse projeto, de 1998, cada palavra de um artigo de jornal sobre o artista foi linkado ao um domínio imaginário ponto com. Na época, quase todos eram inexistentes. Mas em pouco tempo, projeto se tornou um grande texto sobre o processo de territorialização da Internet. Como frisou Inke Arns, “With this project, Bunting refers to the commercializing of perceptibility in the Internet since the end of the 1990s, as addressed in the sub-heading «Own, Be Owned or Remain Invisible.»

Slide 13

Façamos o mesmo exercício de reflexão sobre este projeto, partindo de seu universo visível para interpretar seus enunciados. Alguns enunciados possíveis aqui seriam:

- O que faz um objeto se transformar em obra de arte é o circuito
- O mecanismo de validação da obra não é a autoria da produção, mas a assinatura do acesso (remix)
- Procedimento artístico não é técnico é tático
- Inverte as relações entre usabilidade e estética: se nada é user friendly, tudo pode ser estético. Desprogramação.

É no âmbito desses processamentos que entendemos o ready made não como pedra fundamental de um edifício histórico que se realizaria como ready mídia, mas como enunciado de derivações temporais de futuros em aberto.

Obras Citadas

Argan, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. Tradução: Denise Bottmann e Federico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

Beiguelman, Giselle. *A República de Hemingway*. São Paulo: Perspectiva, 1991.

Daniels, Dieter. "Media Art Net | Overview of Media Art | Forerunners." *Media Art Net*. 2003.

http://www.mediaartnet.org/themes/overview_of_media_art/forerunners/print/ (acesso em 24 de janeiro de 2010).

Deleuze, Gilles. *Foucault*. 2a Edição. Tradução: José Vázquez Pérez. Buenos Aires: Paidós, 2003.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. 6a Edição. Tradução: Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 2004.

Machado, Arlindo. *Arte e Mídia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

Rossiter, Ned. *Organized Networks - Media theory, creative labour, new institutions*. Rotterdam: Institute of Network Cultures/ NAI Publishers, 2006.

¹ Ouvi pela primeira vez o termo Ready Mídia de Karla Jasso, curadora do Laboratório de Arte Alameda do México, que definiu uma obra minha e de Maurico Fleury – [Suite para Mobile Tags](#) – que eu chamava de ready mobile, de obra ready mídia.

² Aula inaugural dada no curso livre de História da Arte no MIS (museu da imagem e do som) de São Paulo em 25/01/2010.

³ Os slides estão disponíveis em: <http://www.slideshare.net/gbeiguelman/do-ready-made-aos-ready-media>