

PEDRO DELL'ORTO

Mídia em crise: rumo à era pós-mídia

Introdução

O anúncio de uma era pós-mídia instiga muitos estudos recentes sobre as possíveis mutações nas linguagens das diferentes mídias tradicionais. Esta proposta estética se fundamenta em um fenômeno que teve início nos anos 1980 e 1990: a 'softwarização' das mídias, ou seja, a sistemática tradução de técnicas de criação, armazenamento e edição das tecnologias de comunicação pré-digitais para ferramentas de software. Esta proeminente potência do computador de simular as diversas mídias em um suporte único recondicionou a estética da comunicação simbólica humana, pois, além de incorporar as diversas estruturas linguísticas já convencionadas, trouxe a possibilidade de criar novas linguagens híbridas.

A crise conceitual da mídia ganhou evidência com o acelerado desenvolvimento de novas linguagens na segunda metade do século XX. Diante do potencial tecnológico das ferramentas de comunicação digital, a estética pós-mídia oferece a possibilidade de transgredir as fronteiras entre as linguagens tradicionais e incorpora o desenvolvimento de uma nova escrita cognitiva sensitiva que utiliza um sistema único de criação e visualização de dados – uma combinatória matemática de 0 e 1, traduzida por um software, para ser projetada por um computador metamídia.

Manovich traz o termo metamídia para se referir a ausência da materialidade como fator determinante na criação das formas de enunciação a partir do computador. Pois, se o suporte se tornou único, as formas enunciadas se diferenciam exclusivamente por suas respectivas programações e não mais pelo material dos antigos suportes midiáticos. Ou seja, uma projeção em forma de música ou

de fotografia em aparelhos digitais compartilham a mesma base de dados e o mesmo mecanismo físico.

Este código matemático binário é a estrutura de todas as programações a serem, potencialmente, visualizadas por um suporte digital, seja como jogo eletrônico, fotografia, filme ou qualquer outra forma estética. No entanto, a linguagem matemática dos computadores não é um código decifrável pela percepção humana. Precisamos de uma tradução através de softwares para lermos essas programações como sons e imagens.

Desta forma, o suporte digital simula as ferramentas e a interface dos diversos meios de comunicação, além de criar novas linguagens híbridas, projetadas em telas informáticas que se apresentam como “uma pequena janela a partir da qual o leitor explora uma reserva potencial” (LEVY, 1996, p. 39). Nesta perspectiva revolucionária para a criação e leitura simbólica, a condição pós-mídia nos lança em uma nova era da comunicação humana, quando soterramos o conceito de mídia e criamos novas categorias estéticas para lidar com as formas de expressão do humano.

Mídia em crise

Como observa Lev Manovich, a academia moderna de estudos da cultura segue o conceito de mídia estabelecido pela indústria cultural comercial, que a divide estritamente por tipos de conteúdo: livro, pintura, escultura, fotografia, filme, televisão, etc. Este seleto grupo de tipologias possui fronteiras muito bem demarcadas pelos materiais de seus respectivos suportes de enunciação, os quais desenvolveram seu próprio conjunto de técnicas com poucas sobreposições. Cada mídia possui, portanto, sua propriedade linguística baseada em seus distintos instrumentos materiais de criação, armazenamento e leitura de dados.

Convencionamos chamar de mídia “um tipo específico de técnica artística ou meio de expressão determinado pelos materiais utilizados ou os métodos criativos envolvidos, (exemplo: litografia).

Assim, diferentes mídias possuem diferentes técnicas, meios de expressão e métodos criativos” (MANOVICH, 2013, p. 206).

O advento do computador ‘metamídia’ amplificou a evidência de fragilidades e restrições que o conceito tradicional de mídia incorpora. No entanto, este conceito evidencia incoerências anteriores ao advento das tecnologias digitais, a exemplo da divisão entre televisão e vídeo, pois ambos utilizam a mesma base material (sinais eletrônicos que podem ser transmitidos ao vivo ou gravados numa fita magnética), além de envolverem a mesma condição de percepção – a televisão. Manovich sublinha que a única justificativa para tratá-los como meios separados é sociológica e econômica.

A concepção de que a prática artística pode ser puramente classificada dentro de um pequeno grupo de distintos meios continua a estruturar a organização de museus, escolas de arte, agências financiadoras e outras instituições culturais. Paul Valéry já havia notado que “as nossas belas-artes foram instituídas e os seus tipos e usos fixados numa época que se diferencia decisivamente da nossa” (apud BENJAMIN, 1936, p. 01).

Tipologias como “livro digital”, “cinema digital”, “fotografia digital” surgem para nomear uma crescente produção de novas linguagens geradas a partir dos meios digitais seguindo, assim, a mesma lógica tradicional de categorização que define o conceito enunciado a partir do hardware (suporte físico). Insistir neste sentido significa ignorar que o suporte se tornou único com a crescente hegemonia do computador metamídia e que sua variedade de simulações estéticas passam a ser propriedade exclusiva da programação de códigos binários que projetam formas audiovisuais.

Uma vez que todas as mídias partilham a mesma estrutura de dados e o mesmo suporte, dissolvem-se as fronteiras entre as linguagens, antes demarcadas por seus respectivos instrumentos de enunciação, e o surgimento de mídias híbridas explode.

As mídias híbridas, interface, técnicas, e ultimamente, os pressupostos fundamentais de diferentes formas e tradições das mídias, juntas resultam em uma nova Gestalt midiática. Ou seja, elas se fundem para oferecer uma nova experiência coe-

rente diferente de experimentar todos os elementos separados (MANOVICH, 2013, p. 167).

Diante das incoerências que o conceito de mídia incorpora e da potência de simulação das ferramentas digitais, os estudos da estética da comunicação necessitam recondicionar suas análises para uma leitura que dissolva as rígidas fronteiras entre as linguagens, no lugar de buscar individualidades formais nos distintos materiais de enunciação simbólica.

História da mídia

No interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma junto com seu modo de existência. O modo pelo qual se organiza a percepção humana, o meio em que ela se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente (BENJAMIN, 1936, p. 02).

Com o poder de ludibriar os sentidos, em diversas medidas, as mídias criam ilusões e convencem a percepção humana que a representação é o real. Este efeito é experimentado de modo distinto entre as gerações e as mídias disponíveis em seu tempo. Do surgimento do cinema, existem relatos de que as projeções dos irmãos Lumière de um trem movimentando-se em direção à câmera causou no público a curiosa sensação de que seriam atropelados. Da mesma forma, as pinturas rupestres já buscavam representar o movimento dos corpos através de suas formas. Iluminadas pela luz de tochas, essas expressões pictóricas simulavam narrativas do real. Provavelmente, em seu tempo, teriam uma potência de ilusão comparável às projeções em película no final do século XIX ou às atuais mídias eletrônicas.

Os principais historiadores da mídia entendem que a primeira forma simbólica de expressão humana foi a fala. Para Santaella, “a capacidade simbólica humana teve início no momento em que o

ser humano se constituiu como tal através da posição bípede e da fala” (SANTAELLA, 2007, p. 135).

Embora sob o disfarce insuspeito da naturalidade, a primeira tecnologia simbólica está no nosso próprio corpo: a tecnologia da fala. Certo estava Freud ao constatar, depois da virada dos anos 1920, que o ser falante é um animal desnaturalizado. A fala nos arranca do mundo natural e nos coloca, sem retorno possível, no artifício (SANTAELLA, 2007, pp. 135/136).

Nesta perspectiva, Macluhan inicia seus estudos sobre as mídias colocando que a fala, como extensão técnica da consciência, “separa o homem e a humanidade do inconsciente cósmico” (MACLUHAN, 1964, p. 97). Para Macluhan:

O poder da voz em moldar o ar e o espaço em formas verbais pode ter sido precedido de uma expressão menos especializada de gritos, grunhidos, gestos e comandos de canções e danças. As estruturas dos sentidos projetadas nas várias línguas são tão diversas como os estilos na moda e na arte. Cada língua materna ensina aos seus usuários um certo modo de ver e sentir o mundo, um certo modo de agir no mundo – e que é único (MACLUHAN, 1964, p. 98).

A teoria do corpomídia, proposta por Helena Katz e Christine Greiner da PUC-SP, amplia a perspectiva do corpo como meio de expressão, pois entende que “é o movimento que faz do corpo um corpomídia” (KATZ e GREINER, 2001, p.10). Esta proposta assinala que “algumas informações do mundo são selecionadas para se organizar na forma de corpo – processo sempre condicionado pelo entendimento de que o corpo não é um recipiente, mas sim aquilo que se apronta nesse processo co-evolutivo de trocas com o ambiente” (KATZ e GREINER, 2001, p. 07).

Se, como conclui Merleau-Ponty (MERLEAU-PONTY, 2002, p. 01), “exprimir não é então nada mais do que substituir uma percepção ou uma ideia por um sinal convencional que a anuncia, evoca ou abrevia”, existem outros códigos de comunicação simbólica enunciados por este corpomídia, anteriores à complexa expressão da fala, como o movimento da dança e os códigos per-

formáticos da sexualidade. Porém os esforços em decifrar o corpo como mídia, ou seja, como suporte físico de enunciação, são escassos, pois o principal interesse dos estudos de mídia são as extensões técnicas do corpo.

O ataque digital

O primeiro desafio da tecnologia digital foi se tornar um ambiente de simulação confortável para as formas estéticas originadas pelas mídias anteriores. Para tanto, além de baratear a produção, esta tecnologia deveria se igualar à qualidade de reprodução técnica dos meios de expressão tradicionais. Algo ainda muito questionado pelos cineastas e cinéfilos defensores da película e por muitos músicos e apreciadores do vinil, mesmo diante dos grandes avanços na definição da imagem e do som emitidos pelos equipamentos digitais.

Apesar da resistência dos amantes da tradição midiática do início do século XX, Arlindo Machado considera que “a tela mosaica do monitor representa hoje o local de convergência de todos os novos saberes e das sensibilidades emergentes que perfazem o panorama da visualidade (e também da musicalidade, da verbalidade) deste final de século” (MACHADO, 1998, p. 02).

De fato, os conglomerados multimídia incorporaram e desenvolveram suas indústrias com base na tecnologia digital e a aceitação desta ferramenta pelos usuários é expoente. Como resultado, estas corporações ampliaram suas operações à uma escala transnacional, concentrando o domínio dos meios de comunicação entre as “sete magníficas”: Time Warner, Disney, NewsCorp, Bertelsmann, NBC Universal, Viacom y CBS. Junto às quatro grandes empresas informáticas e de Internet: Google, Microsoft, Yahoo e Apple.

Castells analisa a comercialização generalizada das mídias e a crescente concentração das empresas de comunicação mediante conglomerados e redes de grupos empresariais multimídia que abarcam, numa integração vertical dos meios, todas as formas de comunicação, inclusive, a internet. Estas corporações multimídia

se estruturam através da conexão com outras redes fundamentais de financiamento, de tecnologia, do setor cultural, de publicidade, de provedores de conteúdo, de agências reguladoras e círculos políticos em geral. Portanto, a principal transformação organizacional dos meios de comunicação, na virada do século XXI, é a formação de redes globais de empresas multimídia interconectadas que se organizam em alianças estratégicas.

As mudanças tecnológicas, numa situação de concentração de propriedade, levou a um maior controle do conteúdo local por parte de estúdios centrais que servem a toda rede. Os conglomerados globalizados explodem em novos mercados e reprogramam com eficiência os mercados regionais a um formato comercial que facilite a conexão com suas redes empresariais.

O funcionamento dos principais agentes sociais (o sistema financeira, os meios de comunicação, as indústrias bélicas, farmacêuticas, alimentícias), em escala global, adotaram este código binário para a produção, armazenamento e distribuição dos seus conteúdos. Fenômeno que acompanha o crescente número de usuários de computadores pessoais, mesmo em tribos indígenas isoladas. Apesar de vivermos em um ambiente dominado pelos suportes digitais, os usuários pouco sabem sobre o funcionamento desta tecnologia e dos potenciais que ela traz. Neste sentido, Manovich enfatiza a necessidade de uma maior atenção para os estudos sobre a linguagem do software.

Por uma estética pós-mídia

Félix Guattari acredita que “com a junção da informática, da telemática e do audiovisual talvez um passo decisivo possa ser dado no sentido da interatividade, da entrada em uma era pós-mídia e, correlativamente, de uma aceleração do retorno maquínico da oralidade” (GUATTARI, 1992, p. 122). É o devir de uma era que abala estruturalmente o sentido que convencionamos para as mídias.

Para Santaella:

Essa proliferação de “pós-ismos” marca a falha necessária e lastimável de se imaginar o que vem a seguir e o reconhecimento daquilo que, no dizer de Derrida (1978, p. 293), sempre aparece como “o ainda não nomeável que se proclama e só pode fazê-lo, como é necessário, em qualquer momento em que um nascimento está para se dar” (SANTAELLA, 2007, p. 133).

A euforia causada pelo surgimento da tecnologia digital não é sem razão, principalmente, para artistas que sempre buscaram transgredir as fronteiras entre as linguagens. A tecnologia que anuncia uma grande revolução para as formas de expressão e registro humano é o computador metamídia, pois simula as ferramentas de criação e visualização das distintas mídias pré-digitais com base em uma mesma estrutura de dados. Isso significa que se identificamos uma projeção digital como música, fotografia, pintura ou cinema é devido a apropriação da convenção de um meio por outro. McLuhan atenta para o fato de que, no início de uma nova tecnologia, o homem despeja tudo que havia antes produzido neste novo suporte, utilizando as mesmas estruturas e conteúdos, copiando e colando de um meio para o outro.

Neste sentido, Manovich aponta que os softwares vêm substituindo um grande número de artefatos físicos, mecânicos e eletrônicos utilizados no século XX para a criação, armazenamento, distribuição e acesso dos objetos culturais. E compreende que “o software se tornou nossa interface com o mundo, com os sujeitos, com nossa memória e nossa imaginação – uma linguagem universal através da qual o mundo fala, um motor universal através do qual o mundo se movimenta” (MANOVICH, 2013, p. 02).

O teórico russo Lev Manovich elaborou uma proposta para a estética pós-mídia, levando em consideração os problemas conceituais da mídia e a potência da linguagem do software. Para Manovich, o conceito tradicional de mídia enfatiza as propriedades físicas de um material em particular e suas capacidades de representação. Essa concepção, segundo o autor, nos encoraja a pensar sobre as intenções do autor no lugar do leitor. Portanto, as novas categorias devem enfatizar as capacidades e o comportamento do usuário.

Neste sentido, a estética pós-mídia necessita de categorias que possam descrever como um objeto cultural organiza a informação e a estrutura da experiência do usuário desta informação, no lugar de se ater a formas particulares de armazenamento ou comunicação midiática.

Além disso, a estética pós-mídia deve adotar os novos conceitos, metáforas e operações do computador e da era da internet. Em especial, o remix que consiste na apropriação de conteúdos em rede para elaboração de novos blocos de sensações a partir de objetos culturais específicos. Como os DJs que adotam uma música em circulação e inserem elementos sonoros que reconfiguram a obra.

A estética pós-mídia consiste em uma proposta em elaboração que busca transgredir os limites que o conceito tradicional de mídia insere nas formas enunciadas. Diante de uma máquina simbólica que impressiona por sua capacidade técnica de representação, uma nova concepção sobre a estrutura das linguagens se mostra fundamental para acompanhar as espontâneas mudanças na cultura contemporânea.

A morte do cinema e de outras mídias

Alguns livros, como o “Filme na era pós-mídia”, editado por Ágnes Pethö e publicado pela universidade de Cambridge, analisam o impacto da digitalização dos meios de comunicação e sugerem a morte de mídias como o cinema. Sobre a suposta morte do cinema, o artista britânico Peter Greenaway – autor de obras em diversas linguagens como pintura, opera, cinema, videogame, televisão, mas, sobretudo, compositor de formas estéticas híbridas – declara:

O cinema é como se fosse um dinossauro, que tem um cérebro pequeno e uma cauda longa. A morte cerebral ocorre num período curto, mas demora até que a mensagem chegue na cauda, por isso ele demora a morrer. É isso, o cinema é um dinossauro com uma cauda longa: resta saber quando ela vai parar de se debater (GREENAWAY, 2007, p. 19).

Como observa Zielinsky, em seu recente trabalho de arqueologia da mídia, a morte de mídias é um fenômeno comum na história da humanidade. O caso da morte do cinema talvez cause maior espanto, pois esta foi uma das principais mídias do século XX e, ainda hoje, é uma das indústrias mais rentáveis. Apesar de ser evidente a generalizada substituição da película por ferramentas digitais, a gramática cinematográfica, repleta de tiranias impostas pelo material fílmico, persiste na indústria comercial cultural.

A hegemonia da película resistiu ao advento das ferramentas digitais, apesar do comparecimento fundamental do software na construção das obras fílmicas. O principal argumento para sua manutenção consistia na resolução da projeção: a película de 35mm gera quadros com dimensões de (3840 x 2160), acima de qualquer formato digital de captação de imagens em movimento, mesmo do notório Full HD (1920 x 1080).

No entanto, as dimensões da película foram recentemente superadas pelos formatos digitais que prometem ir muito além do formato fixo que a película propõe. A resolução em 4K (4096 x 2160) é uma realidade acessível a cidadãos comuns, porém ainda incompatível com os projetores das salas de cinema. Aos poucos, estas salas estão se adaptando às projeções digitais de alta qualidade, porém ainda são dominadas, em grande escala, pelo projetor de película. Aos artistas que almejam a circulação de suas obras nestes espaços, por determinações do mercado, lhes resta recorrer ao suporte fílmico quando possível. Vale destacar que a película é um instrumento de alto custo, portanto, disponível para o manuseio de poucos.

Neste sentido, deve-se sublinhar que, nos últimos séculos, a proliferação de suportes midiáticos acompanhou o falecimento de inúmeras mídias. Algumas soterradas pelo rápido aparecimento de suportes mais eficientes, com maior potência de simulação ou de manipulação facilitada. Outras caem em desuso devido ao alto custo de produção.

No livro “Arqueologia da Mídia”, Zielinsky busca técnicas remotas do ver e do ouvir soterradas pelo veloz desenvolvimento tec-

nológico. A partir de suas instigantes observações, o autor acredita que, “a longo prazo, o corpo de estudos anarqueológicos específicos deverão constituir uma “Variantologia da mídia”, ou seja, “em vez de procurar tendências obrigatórias, mídia principal ou pontos de fuga imperativos, devemos ser capazes de descobrir variações individuais” (ZIELINSKY, 2006, p. 24).

Conclusões

Reconhecer as mutações que a tecnologia digital causou na escrita cognitiva e sensitiva humana é fundamental para ampliarmos as experiências de criação e leitura com o uso das novas ferramentas de expressão. Porém, apesar da aparente estabilidade do software como linguagem universal, não significa que estamos diante de um meio imortal ou vivendo numa semiosfera melhor ou mais desenvolvida através do progresso humano. Em seus estudos, Zielinsky encontra muitas vantagens na produção de tecnologias da comunicação em outros momentos da história, onde o experimento e o risco possuíam uma ocorrência proeminente.

Se o método de categorização adotado pelo conceito de mídia evidencia incoerências anteriores à tecnologia digital, após o advento do computador metamídia, este procedimento teórico se tornou insustentável para dar conta das múltiplas formas de expressão produzidas na contemporaneidade. A estética pós-mídia reivindica uma nova visão sobre os objetos culturais, mais atenta às experiências do leitor que às intenções do autor e seus recursos físicos. A hegemônica de uma ferramenta única capaz de simular todas as mídias físicas que a antecede não só trouxe a possibilidade de fundir as linguagens e, assim, criar novas formas híbridas, mas de uma interatividade maior entre o leitor e a construção de narrativas virtuais.

A morte de linguagens como o cinema é um efeito desta reconfiguração estética que encontra os limites conceituais alargados devido às ferramentas digitais de criação e leitura simbólica. Porém, isto não significa que o formato comercial cinematográfico deixou

de ser produzido. Ao contrário, a produção foi ampliada devido ao barateamento da realização de um filme com os recursos digitais. No entanto, qualquer reprodução de sua configuração tradicional é uma mera simulação de uma linguagem proporcionada por um material em desuso, neste caso, a película.

Diante destas questões, a proposta estética pós-mídia reconfigura e questiona o entendimento comercialmente estabelecido de mídia e de suas respectivas formas de enunciação. Repensar o conceito de mídia, devido à potência de simulação da tecnologia digital, nos leva a desnaturalizar as estruturas de linguagem convencionadas para os distintos meios e propor novas formas estéticas, em busca de blocos de sensações fluidos e dinâmicos que dissolvam as fronteiras entre as linguagens tradicionais. Como sugere Arlindo Machado, o fenômeno de convergência das mídias para a tela mosaica do monitor digital, “surge, evidentemente, arrastando atrás de si um número incalculável de consequências, desencadeando problemas de toda ordem e são justamente essas derivações que nos devem ocupar daqui pra frente” (MACHADO, 1998, p. 02).

REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO et al. *Teoria da Cultura de massa*. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Paz e Terra, 2000. pp. 221-254.
- CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial, 2009.
- GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. São Paulo: Ed. 34, 1992.
- GREENAWAY, Peter. *Peter Greenaway: Interviews*. Ed. Vernon Gras, Marguerite Gras. Jackson: University Press of Mississippi, 2000.
- GREINER, Christine e KATZ, Helena. *Por uma teoria do corpomídia ou a questão epistemológica do corpo*. Cuenca: Archivo Virtual de Artes Escénicas (UCLM), 2005.

LEVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34 Ltda, 1996.

MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. 1. Ed. Campinas-SP: Papirus, 1997.

_____. *A fotografia sob o impacto da eletrônica*. O fotográfico. São Paulo: Hucitec, 1998.

MANOVICH, Lev. *Software takes command*. Creative commons attribution-noncommercial-no derivative works 3.0 United States License. Version. 20 nov. 2008.

_____. *Post-media Aesthetic*. 2001. disponível em <http://manovich.net/>

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. (Understanding Media). Editora Cultrix. tradução: Décio Pignatari, 1969.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da percepção*. São Paulo: Martis Fontes, 1999.

_____. *O fantasma de uma linguagem pura*. In.: A prosa do mundo. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Cosac e Naify, 2002.

PETHÖ, Ágnes (ed.). *Film in the Post-Media Age*. Cambridge Scholars Publishing, 2012.

SANTAELLA, Lucia. *Pós-humanos – Por quê?*. Revista USP. São Paulo. n. 74, 2007.

ZIELINSKY, Siegfried. *Arqueologia da mídia: em busca do tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir*. São Paulo: Annablume, 2006.