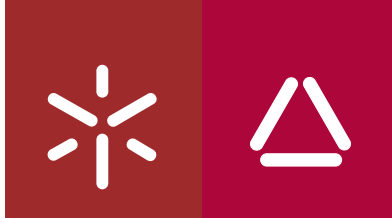


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Fernando Miguel Alves Mendes

**A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais:
Transfiguração Imagética ou Duplicidade
Ideológica?**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Fernando Miguel Alves Mendes

**A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais:
Transfiguração Imagética ou Duplicidade
Ideológica?**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura

Trabalho realizado sob a orientação do
Professor Doutor Jean-Martin Marie Rabot

DECLARAÇÃO

Fernando Miguel Alves Mendes

Endereço eletrónico: f.miguel.a.mendes@gmail.com

Tlm: 918246024

Número de Cartão de Cidadão: 11535849

Título da dissertação: *A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais: Transfiguração Imagética ou Duplicidade Ideológica?*

Ano de conclusão: 2015

Orientador: Professor Doutor Jean-Martin Marie Rabot

Dissertação de Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Braga ____/____/____

Assinatura: _____

A madeira da estátua já não é a madeira da árvore; o mármore esculpido já não é o mármore da pedra; o ouro fundido, martelado, é um metal inédito; o tijolo, cozido e moldado, deixou de corresponder à argila do barreiro. A cor, o grão e todos os valores que afectam o tacto óptico, mudaram. As coisas destituídas de superfície, escondidas atrás de uma casca, enterradas na montanha, encerradas na pepita, submersas no lodo, separaram-se do caos, adquiriram uma epiderme, aderiram ao espaço e receberam uma luz que, por seu turno, as trabalha.

Henri Focillon, *in A Vida das Formas*

A captação de qualquer imagem pela nossa visão acarreta o desenvolvimento de uma actividade mental, orientada simultaneamente numa dupla direcção.

Pierre Francastel, *in A Imagem, a Visão e a Imaginação*

Agradecimentos

Quando se decide encetar uma tese de investigação, como foi o caso da presente dissertação de mestrado, existe um conjunto de fatores que exerce sobre o seu autor preponderante significância e impetuosa motivação. Considero dignificante o estudo de qualquer fenómeno que seja benévolo para o autoconhecimento e, por conseguinte, como experiência indulgente perante o imenso mistério do mundo e da vida, no seu mais amplo e intrépido exercício cognitivo. Assim – penso que já de longa data, desde os primeiros momentos em que a arte, nas suas mais variadas manifestações, exerceu sobre mim peculiar e mágica atração emocional –, dediquei-me, finalmente, a embarcar nesta viagem. Se, por ventura, não descobri novas “terras”, o malogro não foi desmoralizador, pois, como de forma sublime afirmou Marcel Proust, *a viagem da descoberta consiste não em achar novas paisagens, mas em ver com novos olhos.*

Antes mesmo de planear a jornada e delimitar com precisão o rumo deste estudo, preparei-me, como qualquer iniciático e receoso marujo, a contemplar humildemente o imenso oceano que me esperava, ora tumultuoso, ora maravilhosamente cintilante, numa percepção de que a perplexidade foi sempre uma constante – pois a ignorância é, para todo aquele que olha o céu, a imensa obscuridade que permite que as estrelas tenham luz. A “navegação” que realizei foi, também, pela inquietude frequente, pela sensibilidade instigada, pelo desassombro necessário, uma experiência de revelação humana de que estou infinitamente grato.

A minha gratidão é extensiva, naturalmente, às várias pessoas que acreditaram e me encorajaram no meu propósito, bem como aos que me impeliram a aperfeiçoar-me

perante os percalços e vicissitudes do percurso. Desde logo, expresso inequivocamente a minha gratidão ao Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, distinta Academia da qual me honra pertencer. Aos notáveis Coordenadores e Docentes que compõem o Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura. Aos meus colegas de curso, para quem endereço os votos das mais harmoniosas e produtivas caminhadas futuras.

Aos livros e aos seus insígnis autores que tive o prazer de ler e conhecer e que foram, como sempre serão, autênticas constelações de inimitável luzência gnóstica.

Às várias pessoas entrevistadas, pela consideração e sinceridade com que me auxiliaram nesta demanda, pela amplitude humana e excelência profissional, pelo valor e talento artísticos que lhes reconheço, pois contribuíram de forma preciosa e imprescindível para que esta investigação alcançasse um patamar de venturoso compromisso e favorável responsabilidade. Tendo em conta, sobretudo, e por outro lado, a pulsão mística que a arte intimou que se cumprisse.

Ao orientador desta dissertação, Exmo. Professor Doutor Jean-Martin Marie Rabot, a quem dirijo o mais autêntico agradecimento, pela disponibilidade e atenção que me concedeu, pela amplitude da sapiência e erudição científica que me nortearam, pela vastíssima cultura e sensibilidade que reconheço ser parte integrante da sua natureza humana e profissional. Ficam aqui, de resto, expressas nestas humildes palavras, a minha amizade e estima, isentas de arengas ornamentais de conveniência.

Aos meus pais, Senhor Alberto Caetano Mendes e à Senhora Dona Rosa Maria Gomes Alves Mendes, a minha eterna gratidão por me terem concedido, generosamente e incondicionalmente, o que de melhor se pode ter da vida.

Finalmente, à Arte, essa transcendente manifestação vital, que me dá diariamente a saber, entre outras dádivas sublimes, que mais importante que sermos conhecedores da liberdade é sermos livres no nosso próprio conhecimento, porque é apenas nessa condição que somos dignos de conduzir a nossa breve passagem para além do incógnito horizonte longínquo.

Título: A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais: Transfiguração Imagética ou Duplicidade Ideológica?

Resumo: A presente dissertação aborda a relação entre a arte e as redes sociais. Pretende identificar o motivo, a forma e o proveito que levam o artista, a entidade promotora de arte e os seus apreciadores/críticos a esse intercâmbio cultural. Analisa, simbólica e qualitativamente, os propósitos socioculturais da utilização da obra de arte na era da cibercultura. Visa, essencialmente, esclarecer a relação entre a arte e os meios de comunicação, especialmente nestes novos expedientes tecnológicos, pelas novas linguagens que despoleta, pela reformulação de conceitos que se verifica, pelo fomento identitário que encerra. Averigua se existe uma transfiguração imagética da obra de arte, na sua revelação virtual, ou uma radical transformação, ao ponto de alternar-se ideologicamente do seu propósito inicial, duplicando o indivíduo, dotando-o de novas orlas conceptuais e posturas idiossincráticas.

Realizou-se, neste sentido, uma incursão teórica pelo mundo virtual das redes sociais no intuito de compreendermos como se efetuam a democratização cultural, o acesso, a fruição e a comercialização da obra de arte. Produziu-se, para isso, um estudo comparativo, baseado na observação direta não participante, quer dos espaços virtuais, quer dos espaços físicos. Foi, também, entrevistada uma amostra populacional, credível e referencial, e que constitui as três dimensões em estudo: aquela que produz arte, aquela que a divulga e aquela que a aprecia (tendo em conta, para estas três categorias, duas subdimensões: os meios tradicionais e os recursos digitais). O cruzamento das informações obtidas permitiu compreender, não só as diferenças encontradas, mas, também, os prenúncios, ou já evidentes sintomas, de uma transformação radical com que a criação, a divulgação e a apreciação artísticas se confrontam.

Dada a natureza abstrata, e em constante evolução, dos fenómenos, pretende esta investigação ser um contributo para entender o que mudou na forma como se cria e divulga a arte, bem como conhecer o modo de pensar do público-alvo – que também mudou – e como este se relaciona com a arte e, essencialmente, consigo mesmo. Este estudo elucida, por fim, dentro dos limites que torna esse desígnio possível, quem figura, na verdade, como o principal agente de transformação: a arte, o seu crítico ou o apetrecho eletrónico que surgiu entre os dois.

Palavras-chave: Arte; Arte Digital; Redes Sociais; Transfiguração; Imagética; Duplicidade; Ideologia.

Title: The Virtualization of Art by the Social Networks: Imagery Transfiguration or Ideological Duplicity?

Abstract: This thesis deals with the relationship between art and social networks. It aims to identify the reason, the shape and the benefits that lead the artist, the promoting entity of art and its admirers / critics to this cultural exchange. It analyzes, symbolically and qualitatively, the socio-cultural purposes of the use of the work of art in this age of cyber culture. Essentially, its goal is to clarify the relationship between art and the media, especially in this new technological period, by the new languages that triggers, for the conceptual recast that occurs, and by the identity nourishing that encloses. It also focuses on the possibility of the existence of an imagery transfiguration of the work of art, in its virtual revelation, or of a radical transformation, to the point of alternating, ideologically, from its initial purpose, duplicating the individual, providing him new conceptual borders and idiosyncratic approaches.

So, we carried out a theoretical incursion into the virtual world of social networks in order to understand how cultural democratization, access, fruition and the marketing of the work of art are performed. For that scope, we made a comparative study, based on non-participant direct observation, whether of virtual spaces or physical ones. It was also interviewed a population, credible and referential, that represents the three dimensions that are studied: the one that produces art, the one that disseminates it, and the one that appreciates it (taking into account, for these three categories, two sub-dimensions: traditional means and digital resources). The crosschecking of the obtained data allowed us to understand, not only the differences that were found, but also the harbingers, or obvious symptoms, of a radical transformation that the creation, disclosure and artistic appreciation face.

Given the abstract nature, and constantly development, of the phenomena, this research aims to contribute to a better understanding of what has changed in the way people create and spread art, to know the way how the target-audience thinks - which has also changed - and how it relates with art and, essentially, with himself. Finally, this study clarifies, within the boundaries that make it possible, who stands, in fact, as the primary agent of transformation: art, its critical or the electronic device which arose between these two.

Keywords: Art; Digital Art; Social Networks; Transfiguration; Imagery; Duplicity; Ideology.

ÍNDICE

Agradecimentos	iii
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 – A MADRUGADA VIRTUAL DA OBRA DE ARTE	7
1.1 - Um Vislumbre ao Horizonte Primevo – O Conceito de Arte	8
1.2 - Segundo Vislumbre ao Horizonte Primevo – A Arte e o Belo	12
1.3 - O Mundo Pós-Moderno	14
1.3.1 - Cibercultura e Ciberespaço	17
1.3.2 - Crise de Identidade na Era Pós-Moderna: Insolubilidade e Práxis	21
1.4 - Redes Sociais Virtuais.....	28
1.4.1 - Tipos de Redes Sociais Virtuais	30
1.4.2 - Comunidades Virtuais	33
1.5 - Arte Digital	35
1.5.1 - Computação Gráfica.....	38
1.5.2 - A Imagem Digital	39
1.5.3 - Pintura Digital.....	40
1.5.4 - Impressão Digital.....	40
1.5.5 - Modelagem Tridimensional	41
1.5.6 - Fotografia Digital.....	41
1.5.7 - Animação Digital e 3D	42
1.5.8 - Vídeo Digital	43
1.5.9 - Net Art e Software Art	43
1.6 - Ambiente Virtual e Tridimensional: Second Life.....	44
1.7 - O Caso Paradigmático do Digital Art Museum.....	46
CAPÍTULO 2 – A MANHÃ OU A TRANSFIGURAÇÃO IMAGÉTICA	49
2.1 - Primeiro Vislumbre – A Imagem	50
2.1.1 - A Imagem Pictórica	51
2.1.2 - A Imagem Pictórica – Uma Visão Cronológica	52
2.1.3 - A Manipulação da Imagem	55
2.1.4 - A Vulgarização da Imagem.....	56
2.1.5 - A Interpretação da Imagem	58

2.1.6 - A Espiritualidade da Imagem	60
2.2 - Segundo Vislumbre – A Transfiguração	62
2.2.1 - A Transfiguração Bíblica	62
2.2.2 - <i>Metamorfoses</i> de Ovídio	64
2.2.3 - <i>Eco e Narciso</i>	65
2.2.4 - Transfiguração Virtual da Arte	67
CAPÍTULO 3 – O MEIO-DIA OU A DUPLICIDADE IDEOLÓGICA	71
3.1 - Primeiro Vislumbre – A Ideologia	72
3.2 - Segundo Vislumbre – A Duplicidade	75
3.2.1 - A Duplicidade nas Artes Plásticas	77
3.2.2 - A Duplicidade na Literatura	77
3.2.3 - A Duplicidade na Tradução	79
3.2.4 - A Duplicidade no Cinema e na Adaptação	81
3.2.5 - Duplicidade Virtual da Arte	85
CAPÍTULO 4 – A TARDE OU A LUMINÁRIA DA PROBLEMÁTICA DE INVESTIGAÇÃO	89
4.1 - Modelo de Análise: racionalidade e relacionamento de conceitos	91
4.2 - Questão de Partida	93
4.3 - Hipóteses Consideradas	93
4.3.1 - Hipótese 1: A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais constitui uma Transfiguração Imagética	93
4.3.2 - Hipótese 2: A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais constitui uma Duplicidade Ideológica	94
CAPÍTULO 5 – O CREPÚSCULO OU A METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO	95
5.1 - Metodologia e Técnicas de Investigação	95
5.2 - Definição da Metodologia	96
5.3 - Análise de Fontes Documentais	97
5.4 - Observação Direta Não Participante	97
5.5 - Entrevista	98
5.6 - Amostra	99
5.7 - Análise de Conteúdo	101
CAPÍTULO 6 – A NOITE OU A DEFINIÇÃO DAS FRONTEIRAS (APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE CONTEÚDO)	103

6.1 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais.....	103
6.1.1 - Utilização da Arte pelas Redes Sociais – Análise de conteúdo	114
6.2 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética	117
6.2.1 - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética – Análise de conteúdo	129
6.3 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica	134
6.3.1 - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica – Análise de conteúdo	146
CAPÍTULO 7 – NOVO AMANHECER OU CONCLUSÃO	151
7.1 - Primeiro Vislumbre – Novo Amanhecer.....	151
7.2 - Segundo Vislumbre – Conclusão.....	156
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	159
ANEXOS	169
GUIÃO DE ENTREVISTA.....	171
Entrevista 1 (E1)	173
Entrevista 2 (E2)	175
Entrevista 3 (E3)	177
Entrevista 4 (E4)	181
Entrevista 5 (E5)	183
Entrevista 6 (E6)	186
Entrevista 7 (E7)	189
Entrevista 8 (E8)	192
Entrevista 9 (E9)	195
Entrevista 10 (E10)	198
Entrevista 11 (E11)	200
Entrevista 12 (E12)	204
Entrevista 13 (E13)	207
Entrevista 14 (E14)	210
Entrevista 15 (E15)	213
Entrevista 16 (E16)	215
Entrevista 17 (E17)	218
Entrevista 18 (E18)	220

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Modelo de Análise.....	92
Quadro 2 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Artistas com recurso aos meios tradicionais)	104
Quadro 3 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Artistas com recurso aos meios digitais)	105
Quadro 4 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais)	107
Quadro 5 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Entidades promotoras com recurso aos meios digitais)	108
Quadro 6 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Apreciadores/críticos de arte tradicional)	110
Quadro 7 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Apreciadores/críticos de arte digital)	112
Quadro 8 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Artistas com recurso aos meios tradicionais).....	117
Quadro 9 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Artistas com recurso aos meios digitais).....	119
Quadro 10 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais)	121
Quadro 11 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Entidades promotoras com recurso aos meios digitais)	123
Quadro 12 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Apreciadores/críticos de arte tradicional)	126
Quadro 13 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Apreciadores/críticos de arte digital)	127
Quadro 14 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Artistas com recurso aos meios tradicionais).....	134
Quadro 15 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Artistas com recurso aos meios digitais).....	136
Quadro 16 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais)	138
Quadro 17 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Entidades promotoras com recurso aos meios digitais)	140
Quadro 18 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Apreciadores/críticos de arte tradicional)	142

INTRODUÇÃO

*Quem controla o passado dirige o futuro.
Quem dirige o futuro conquista o passado.*

George Orwell, *in 1984*

Entendendo que a arte e a técnica conjugam, na sua simbiose criacionista, uma conexão operante que se prolifera para além de uma atuação imediata e simétrica, há que compreender o modo como esta dinâmica se efetua, dentro dos motivos e circunstâncias sociais que alimentam esse fluxo criativo, explicando os fenómenos que daí derivam como consequências.

Tendo em conta que a “comunicação é um universo multidimensional” (Gomes, 1999: 160), surge a necessidade de investigar a obra de arte desde a sua elaboração até à sua recetividade pública, encetando uma compreensão analítica da evolução em evidência, sabendo que a construção desta realidade processa-se no sentido daquilo que a obra de arte oferece ao meio social, do qual partiu, e no sentido das demais realidades que a obra de arte permite conceber. Na verdade, “a materialidade social, na qual se reflete a materialidade natural e laborada, entra na arte mesmo pelas janelas fechadas” (Formaggio, 1985: 122). Importa, pois, acrescentar que, como Theodor Adorno afirma, “a transição do belo natural para o belo artístico é dialéctica enquanto transição para a dominação” (1993: 94).

Neste âmbito criacionista e interatuante (uma vez que toda a obra de arte é uma produção de um indivíduo social, logo um facto social, inquebrantavelmente comprometido com a sua realidade política, social, económica, cultural, psicológica, religiosa, emocional – que em maior ou menor escala poderá modelar, recriar ou reconfigurar os horizontes de expectativa vigentes, levando a que se repense a realidade sob diferentes ângulos e mediante diversos interesses ideológicos), torna-se imprescindível estudar os efeitos, gerais ou específicos, que o fenómeno artístico provoca aquando da sua recetividade. Posto que o seu impacto nunca ocorre da mesma forma e a sua leitura varia consoante o lugar e o tempo, também variáveis.

No entanto, a utilização da Internet possibilita uma nova e radical redefinição da informação cultural. Com os blogues, os *flogs*, os *podcasts* ou os *vlogs*, as novas orientações editoriais lançam novos conceitos e propósitos no mundo cultural. Com a

proliferação destes novos média (muitos deles, bastante efêmeros), estes transformaram-se, simultaneamente, em veículos soberanos e fontes preciosas na dinâmica cultural da sociedade contemporânea.

Os diferentes níveis de envolvimento com a obra de arte impele ao conhecimento, por um lado, da realidade do artista, por outro, do intuito ideológico que os organismos responsáveis pela sua divulgação estabelecem com a sociedade para que se destina, visto que esta também se “colhe num envolvimento superestrutural” (Gonçalves, 2010: 19). Nesta dialética prolixamente estruturante, “a obra de arte – que apresenta-se como uma divindade de triplo rosto, onde se reflectem sucessivamente a realidade exterior, a criação plástica e a realidade interior” (Huyghe, 1998a: 33), figura também como uma entidade independente, cuja essência se sobreleva para além da sua forma e do seu conteúdo, tornando-se, assim, imperioso conhecer os costumes, os aspetos da cultura visual, os gostos modais da sociedade, para entender a sua influência mais ou menos socializante perante o todo social. Contudo, deverão os média distanciar-se de qualquer tendência para emissão de juízos de valor? Juízos que, produzidos socialmente, visam ou consentem uma análise sociológica, dado que “o juízo é sempre um prolongamento da nossa experiência de um quadro, e não estranho a essa experiência” (Parsons, 1992: 135) e é fruto de um sistema de valores sociais que varia ao longo do tempo e ao longo dos diversos espaços onde ocorre.

Há que sublinhar que, “na dialética entre arte/média, existem numerosas tendências contraditórias, que só superficialmente se aparentam sob uma etiqueta comum de investigação das relações entre arte e sociedade” (Calabrese, 1997: 44). Admite-se que na investigação social da arte nem tudo é definível a nível sociológico, impedindo que se realizem generalizações teóricas, especialmente sobre a qualidade ou popularidade da obra de arte e sobre o papel de justiça social que esta veicula. Assumimos, destas considerações, que a obra de arte, divulgada ou omitida, é mais do que um reflexo da sociedade ou da situação civilizacional, posto que os seus efeitos estéticos provêm de causas sociais, por vezes, intrincadas. Diremos, para concluir este ponto, que “o consumo ou negação da arte é uma função essencial do homem, indispensável ao indivíduo e às sociedades e que se lhes impôs como uma necessidade desde as origens pré-históricas” (Huyghe, 1998b: 11).

Com a virtualidade das redes sociais poderemos compreender o fenómeno multimédia e, a partir deste, as novas fruições e trilhos da arte. Entendendo que “o meio é a mensagem” e “os meios de comunicação como extensões do homem” – aludindo a duas publicações de Marshall McLuhan –, aquelas que foram as culturas orais ou acústicas e tipográficas estão quase que dominadas e subjugadas pela cultura eletrónica, numa altura em que o pensamento de Jung se verifica nos mais variados jogos de sedução sensorial. Tudo nos trouxe a esta “Aldeia Global” eletrónica, em que a distância e o ignoto não mais vedam o acesso à informação e pela qual podemos “interrogar-nos se a qualidade de um meio de comunicação pode ser transposta para outro” (Negroponte, 1996: 27).

Continua a vigorar, com maior amplitude nos dias de hoje, uma certa indefinição relativamente ao que é ou não é arte, podendo apenas dizer-se que é tanto mais provável sê-lo se provocar emoções estéticas (Almeida, 2000). Neste ponto, os média ganham, sobretudo na era das novas tecnologias, um poder ainda mais irredutível, uma vez que “o que mudou não foi a natureza do fenómeno estético, mas o facto de se reproduzir uma realidade figurativa, e de se poder submetê-la a um público cada vez maior” (Francastel, 1998: 194). Em pleno século XXI, torna-se evidente, sobretudo com o aparecimento de novos recetores de cultura, a teoria de Walter Benjamin acerca da “obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”. Outros teóricos pertencentes à Escola de Frankfurt, como Herbert Marcuse (influenciado por Karl Marx, Dilthey, Hegel ou Heidegger), mostravam uma séria inquietação com o desenvolvimento desenfreado da tecnologia moderna. A velocidade da criação e da reprodução da obra de arte veio a colocar a problemática da autenticidade, dado que o “aqui e o agora da obra de arte” deixou de exercer sobre o indivíduo a sua única condição. Porém, como diz Arnold Hauser, “a sinceridade é uma qualidade moral, não estética” (1988: 333).

Se a obra de arte apenas existe enquanto una e irrepetível, como admite Giulio Carlo Argan (1988), em certos géneros artísticos, como o cinema, a literatura ou a fotografia, subsistem pela sua reprodutibilidade. Podemos afirmar que os novos meios criativos e tecnológicos permitiram a proliferação da obra de arte, bem como o aparecimento de novos artistas e, “em resultado dos nossos processos de reprodução mecânica, estamos a criar uma raça especial de gente: pessoas a quem podemos chamar consumidores de arte” (Mumford, 2001: 96). Os média fomentam essa possibilidade, sendo, em muitos casos, o principal veículo promocional. Daqui se verifica a crescente intensificação de

um ambiente maniqueísta, assim como a existência de uma democratização cultural que, pelo aumento exponencial de novos artistas, atenuou e banalizou a seletividade artística. Compreende-se, deste modo, como aludiu Walter Benjamin, que a fronteira entre o autor e o público seja de tal forma imprecisa que se torna difícil saber se, de facto, existe. Neste cenário, é possível também indagar sobre a forma como os diferentes públicos reagem à massificação dos diferentes géneros artísticos, ainda mais se atendermos, pelo que diz Theodor Adorno, que “a arte, sendo uma experiência fundamentalmente estética, radicalmente fabricada reduz-se ao problema da sua elaboração” (1993: 39).

Não se poderá descurar que a arte suporta uma linguagem polissémica, de certa forma, inacabada, cabendo ao recetor completá-la. O modo como este processo se realiza está sujeito a diversas implicações: externas, por exemplo, na qualidade das técnicas de reprodução; internas, nomeadamente, na tolerância ou na motivação do indivíduo.

A obra de arte, agora vazia da sua aura, impõe-se como problema central na relação entre arte e sociedade, implicando que exista uma dinâmica que pressupõe sempre uma finalidade e cujo processo provoca efeitos variados, desde o êxtase até à indiferença.

Também a noção de público se torna difícil de definir, principalmente se enveredarmos pela tentativa de conceção ideal de recetividade. O público-alvo da arte, assim como os seus encomendadores, mudou com o tempo, também a arte se modelou nessa transformação. Chegados à idade moderna, a lei do mercado e a agilização da produção aceleraram o surgimento de acontecimentos estéticos tornando praticamente impossível considerar cada indivíduo da turba recetora. “A produção artística tem obedecido às exigências dos grandes grupos económicos e socioculturais numa perspetiva e numa dimensão globalizantes, ao ponto que o modo de produção na vida material determina os processos da vida social, política e intelectual em geral” (Marx; Engels, 1976: 33). No entendimento de Alexandre Melo (2001), a dinâmica do sistema de arte contemporânea divide-se em três categorias: *económica, simbólica e política*, sendo casual o papel do Estado, em certos casos, dado que, se é possível orientar a sociedade para conceções ideológicas gerais, maior dificuldade há em gerir as especificidades do gosto particular. Contudo, “a ideia de uma instituição social que tem o poder de conferir estatuto não é nem estranha nem específica à arte” (Graham, 2001: 240).

Surja primeiro a obra de arte ao invés da sua necessidade é uma questão que poderá ficar resposta concreta, contudo, uma pode gerar a outra, alternando os horizontes de

expectativa do público ou originando, em alguns casos, falhas de comunicação. Se “o artista precisa da consciência, porque esta resolve as contradições” (Venturi, 1998: 285), também é certo que “as obras de arte só existem no contexto de um conjunto de significações publicamente partilhadas através das quais as interpretamos” (Parsons, 1992: 130). Todavia, o novo pressupõe sempre uma rutura com o antigo e esta transição nunca se efetua sem convulsões. Neste ponto, há que considerar, na lógica de Antoni Tàpies (2002), que a sensibilidade e a imaginação permitem ao indivíduo uma melhor adaptação face às novas realidades.

Podemos admitir que, como apontou Adorno (1963), por um lado, as indústrias culturais tendem a abonar o produto artístico pelo seu contributo cultural, e não tanto como uma mercadoria meramente apreciável; por outro lado, nem sempre uma obra de arte é bem recebida no seu tempo – alguma da culpa encontra morada naqueles que têm a responsabilidade de a divulgar, mas com a profundidade e seriedade que deszelam. O papel ativo da obra de arte na sociedade atual gera, também, rebuliços no mercado das artes, se bem que a industrialização artística já ocorra desde a Antiguidade Clássica, vindo a ser estimulada na Renascença, no denominado mecenato. Nos dias de hoje, em anuência com Viana (2004), a indústria cultural manipula os bens artísticos de acordo com uma padronização estratégica idêntica às demais indústrias capitalistas. Se uns artistas desejam sair do sistema ideológico do mercado da arte, outros insistem em integrar-se nele. Em ambas as situações, o artista acaba por produzir para a sociedade que o solicita, direta ou indiretamente, por razões de elucidação espiritual ou por razões que qualquer sistema capitalista pode economicamente justificar. É, de resto, evidente, como afirma Silva (2002), que as indústrias culturais dificultam, com o procedimento já referido, a formação de identidades dotadas de autonomia e liberdade racionais para apreciar conscientemente uma obra de arte, como também é certo que a arte é a única forma de combater essa prática manipuladora ao estar ao alcance, não de todos os que a recebem, mas de todos os que, de forma sábia e pura, a procuram.

Partindo da ideia de McLuhan, anteriormente referida, posto que “o meio é a mensagem”, até à teoria de Lev Manovich, “medium in crises”, verificamos que a evolução da arte expandiu-se para além do objeto em si, até abranger uma miríade de meios e formas que originaram a crise conceptual resultante da estética digital. Com a desmaterialização artística houve uma vulnerabilização da aura da obra de arte, uma vez que a reprodução retira à obra o *aqui e o agora*; o movimento abstrai a contemplação e

o valor de culto adultera-se pela exposição pública. Questões como o *hic et nunc*, levam-nos, assim, a pensar também na unidade e na duração da obra dentro do contexto do seu culto.

A mecanização, com o recurso digital, entre a performance do artista e o espectador, veio a afastar ainda mais a pureza que habita no terreno da aparência natural, agora substituída, também pela distância que a mão opera perante a matéria. A era digital veio a provocar no público uma fruição que não está separada da crítica, conduzindo a um aprofundamento da percepção, com fim a uma experiência do inconsciente visual.

Conduz-nos, assim, esta investigação, por um percurso, ora delicado ora controverso, porém, teoricamente multifacetado, onde poderemos compreender se a virtualização da arte pelas redes sociais resulta do reflexo pueril e revelador próprio de uma transfiguração imagética ou se denuncia uma duplicidade ideológica, irremediavelmente dominadora de uma realidade onde a arte apenas serve de chamariz apetecível.

A presente dissertação está dividida em sete capítulos, paralelamente associados a um conjunto de conceitos simbólicos e sequencialmente elencados pela ordem cronológica dos vários momentos do dia, de forma a proporcionar um entendimento, por um lado, mais amplo e natural no que concerne à complexidade dos temas tratados; por outro, desmistificando aquilo que a metáfora reporta, ao ser analisada através da analogia lógica e factual dos fenómenos.

CAPÍTULO 1 – A MADRUGADA VIRTUAL DA OBRA DE ARTE

*Esta é a madrugada que eu esperava
O dia inicial inteiro e limpo
Onde emergimos da noite e do silêncio
E livres habitamos a substância do tempo*

Sophia de Mello Breyner Andresen, *in O Nome das Coisas*

Este verso, com o título *25 de Abril*, assume aqui o cântico alegórico de uma revolução, também. Neste capítulo abordar-se-ão, numa primeira instância, os conceitos de arte e belo. Sob a égide e o salvo-conduto do termo madrugada, símbolo de procedência e ablução, metáfora das gestações e das pulsões interiores que brotarão no dia em revelações e resplendores da força vital da vida. O amanhecer remete-nos, mitologicamente, para a deusa romana Aurora ou Eos (deusa grega), responsáveis pela abertura das portas do céu ao sol e à luz. É necessário, deste modo, que se faça uma retrospectiva do objeto de estudo para que seja possível enquadrá-lo e analisá-lo à luz do nosso propósito. Faremos assim, uma viagem teórica, feita de analepses e prolepses – como convém a um viajante e a um investigador –, enumerando alguns paradigmas e teorias de filósofos (porque fulcrais na história da arte, marcando-a de forma indelével), desde a antiguidade até à contemporaneidade. Porque para conhecer o Homem não basta conhecer a sua biografia, torna-se fundamental recuar ao tempo em que o destino começou a congeminar o seu nascimento. Com a mesma preocupação faremos esta expedição teórica para o assunto de que nos ocupamos.

Numa segunda instância, constituindo-se como um eixo teórico de importância fulcral nesta dissertação, refletiremos sobre o conceito de pós-modernidade. Neste âmbito, debruçar-nos-emos sobre questões que a pós-modernidade desembocou, como as noções de tempo e espaço, a cultura dos média, a indústria cultural e a reconfiguração das identidades. Outro tópico a ser abordado é a da cibercultura e o ciberespaço, mediante considerações estabelecidas por autores como Pierre Francastel (1998), Pierre Lévy (2000), Zygmunt Bauman (2003), Manuel Castells (2004), Michel Maffesoli (2004), Dominique Wolton (2004), Stuart Hall (2006). Neste contexto, focar-nos-emos em assuntos como a interatividade social, a virtualização da arte, a cultura digital.

Numa terceira instância, incidiremos a nossa análise sobre as redes sociais virtuais. Definiremos a expressão de *comunidades virtuais* e analisaremos se as redes sociais virtuais representam uma nova estrutura social. Este tópico será também introdutório da

problemática que esta investigação incide: a forma como a arte vive no ciberespaço e o modo como toda uma comunicação digital é efetuada, quer por aqueles que produzem a obra de arte, quer por aqueles que a consomem. A sua virtualização, portanto.

Na quarta instância, definiremos o conceito de arte digital, admitindo os vários géneros mais praticados: imagem, pintura, impressão, modelagem, fotografia, animação e vídeo digitais. Interpretaremos, também, o que se entende por computação gráfica; animação e arte em 3D; Net Art e Software Art.

Terminaremos, numa quinta instância, com uma alusão ao ambiente virtual e tridimensional do *software* Second Life (SL) e com uma exposição descritiva e crítica do recurso *on-line* Digital Art Museum (DAM), um museu virtual que exhibe, promove e divulga a arte e os artistas existentes neste género criativo desde 1956, sendo direccionado a um vasto número de visitantes, colecionadores e curadores, bem como para uma geração emergente de artistas digitais. Teremos como referência teórica a publicação *Arte Digital*, de Wolf Lieser (2009), fundador do DAM.

1.1 - Um Vislumbre ao Horizonte Primevo – O Conceito de Arte

O que é a arte? O que é o belo? E para que servem? Várias definições de arte e belo têm coexistido e colidido ao longo dos tempos e ao longo da evolução do próprio homem.

Para Umberto Eco, numa ideia expressa no seu livro *La definizione dell'arte*, publicação de 1968, e respeitando a teoria veiculada pelo filósofo italiano Luigi Pareyson (1918 – 1991), a obra de arte é dotada de uma «legalidade interna», conferindo-lhe uma vida autónoma e independente. Já o filósofo alemão Martin Heidegger (1889 – 1976) atribuía ao binómio arte/artista uma cumplicidade estruturadora e estruturante que, no seu recíproco fluxo criador, originava plenamente um e outro. Com o filósofo prussiano Immanuel Kant (1724 – 1804), um século e meio antes de Heidegger, o valor estético da obra de arte surgia essencialmente na procura da sua validade enquanto verdade materializada, possuidora de beleza, símbolo do bem e da moral. Este conceito de beleza sofreu profundas modificações, quer de ordem semântica, quer de natureza ideológica, ao longo do século XX, ficando mais direccionado para o prazer sensível do indivíduo. Surge, nesta fase, o conceito do antiestético, ou seja, uma arte deslaçada do belo, que outrora servia de referência e motivo, mas mais acercada da experiência sensorial do sujeito. A arte primeiro

emociona e só depois apela à razão. Assim se consubstancia a procura do *Eu* numa realidade múltipla e plurifacetada.

O conceito de arte tem variado ao longo do tempo. Ora de forma subtil, ora de forma controversa, porém, sempre de forma enigmática. “As obras de arte são enigmáticas enquanto fisionomia de um espírito, que nunca é auto-transparente no instante de sua aparição” (Adorno, 1993: 149). Assim o é desde o primeiro tratado clássico sobre arte – incidindo sobre a equilibrada distribuição das proporções do corpo humano –, *O Cânone (kanon, de origem grega que significa “medida”, “regra” ou “lei”)*, do escultor Policleto de Argos (século V a.C.); passando pela obra enciclopédica *Naturalis historia*, escrita pelo naturalista romano Plínio, o Velho (23 a.C. – 79 d.C.); pelo tratado *De Architectura Libri Decem*, escrita no século I a.C. pelo arquiteto romano Marco Vitruvius Polião; até às teorias mais recentes, como a arte computacional, ou arte tecnológica, de autores como o filósofo francês da cultura virtual contemporânea Pierre Lévy, anunciador do termo cibercultura, ou o escritor norte-americano William Ford Gibson, que popularizou esse mesmo termo em romances, como é o exemplo de *Neuromancer*, publicado em 1984, tendo também estabelecido as bases conceituais que proporcionariam o desenvolvimento de ambientes virtuais, como são os casos particulares dos jogos e da Internet. O tempo tem transformado o conceito de arte, tal como, segundo o filósofo grego Aristóteles (384 a.C. – 322 a.C.), a arte transforma a matéria, dotando-a de novas formas e qualidades. Como Omar Calabrese refere “os valores tornam-se intrínsecos aos fenómenos” (1997: 15).

Para os Estoicos, dos quais salientamos o seu fundador Zenão de Cítio (333 a.C. – 263 a.C.), mais tarde o cidadão romano Plutarco ou Lucius Mestrius Plutarchus (ca 46 Ac. – ca 120 d. C.) e o intelectual, também romano, Lúcio Aneu Séneca ou Sêneca (4 a.C. – 65 d. C.), o universo deveria ser entendido por uma visão unificada, dada a sua natureza corpórea, sendo governado por um *Logos* divino, harmonizador de tudo o que existe, tal como estabelecia a seguinte expressão: «omnis natura artificiosa est».

Já para os filósofos Ecléticos, onde podemos enquadrar Marco Túlio Cícero (106 a.C. – 43 a.C.), a arte é fruto independente da *Ideia* dogmática, liberdade que permite ao artista escolher aquilo que quer imitar da natureza, segundo a sua própria personalidade. Com os filósofos Neoplatónicos, como o autor da coleção de escritos designada por *Enéadas*, o grego Plotino (205 – 270), estabelecia-se que o artista poderia aceder ao mundo extra-material através da sua *Ideia*, passando a estar conectado com a essência divina do

mundo, respeitando a ideia que a primordial característica do divino é a sua indivisibilidade, a sua Unidade.

Assumimos, desta forma, que o conceito de arte vai tomando novas proporções e sentidos ao longo dos séculos. Assim foi também com Marciano Capella, escritor do século V, e as Artes Liberais; com Santo Agostinho (345 – 430) e a arte ao serviço da glória de Deus; com Heraclito (ca. 575 – 641), que concebia o artista medieval mais do que um simples executante; com São Tomás de Aquino (1225 – 1274), segundo o qual a contemplação do belo dependia da experiência visual do sujeito, i.e., da sua relação empírica com os objetos; com o escritor italiano Dante Alighieri (1265 – 1321), ao libertar o homem das âncoras teológicas para poder relacionar-se intimamente com a espiritualidade e com o divino de forma mais plena; com o poeta italiano Francesco Petrarca (1304 – 1374), referência incontornável do humanismo, ao reconhecer os perigos que as paixões provocam, dado que o belo necessitaria apenas de simplicidade e naturalismo; com o pintor italiano Cennino Cennini (1370 – 1440), famoso pela escrita do livro *Il libro dell'arte*, um manual de arte renascentista. Aliás, será durante o Renascimento que o artista, mais culto e letrado, procurará novos públicos, também estes mais conhecedores e refinados. A partir deste período, a arte trilhará novos sentidos. Salientamos os textos trazidos pelo teórico e humanista italiano Leon Battista Alberti (1404 – 1472), especialmente o tratado *De re aedificatoria*, na reunião das três artes visuais, postulando sobre o belo e aproximando-o ao ideal de perfeição, de simétrico e de harmonioso. O artista tentará agora imitar as leis e os ritmos internos das coisas, mais do que as suas formas. No século XVI, surgirá aquele que será identificado como o primeiro historiador da arte, o pintor e arquiteto italiano Giorgio Vasari, posto que foi autor de uma vasta publicação de textos contendo retratos biográficos dos melhores artistas renascentistas, segundo seu entendimento, de que podemos relevar o livro *Vite* ou *Le vite de' più eccellenti pittori, scultori e architettori*. Com o pintor e arquiteto maneirista italiano Federico Zuccari (1542 – 1609), particularmente com a sua *teoria do disegno*, inicia-se uma ideologia contra a obediência de um conjunto excessivo de regras na elaboração pictórica, descurando algum do conhecimento matemático, considerando-o um potencial castrador da imaginação. Com o filósofo italiano Marsílio Ficino (1433 – 1499), a noção de filosofia deveria estar em plena ligação com a religião, corroborando com a ideia platónica que só assim a beleza é encontrada e apenas reconhecida pelo amor, pois ama-se o que é belo. Nasceria, assim,

a expressão *Amor platonicus*. Mas até que ponto pode uma máquina construir o belo pelo homem?

Tomemos aqui duas considerações filosóficas remotas, de Platão e Plotino, para pré-avaliarmos melhor esta interrogação.

Para Platão (428 a.C. – 347 a.C.), filósofo e matemático grego, pensador que desenvolveu a noção de que o homem está em contacto com dois tipos de realidade: a inteligível e a sensível, sendo a primeira imutável e a segunda em constante transformação. Reflexo da primeira realidade, Platão entendeu que a alma é algo que pende para o conhecimento verdadeiro, que é o conhecimento das ideias; classificou a alma como uma entidade racional, transcendente e imortal e a sua junção com o corpo (elemento corruptível) como passageira, uma vez que a alma tende para um mundo outro, o mundo real, o mundo inteligível. Por estes motivos, a alma firma-se na missão, enquanto incorporada essencialmente num corpo vivo, da contemplação do mundo das ideias, em propensão para a compreensão do bem e do belo, passando por diversas etapas racionais e epistemológicas, eliminando no seu percurso tudo aquilo que não é verdadeiro. Podemos afirmar, segundo o pensamento de Platão, que «o artista é quem representa a ideia num terceiro grau de erro», mais do que quem a pensa, e mais do que o artífice que simplesmente a transforma em objeto. Numa mesma linha platónica, o artista que queira expressar a beleza tem de conhecer as suas figuras (corporais, morais, intelectuais e absolutas). Contudo, a beleza não está contida nos corpos e nas coisas representadas. Nesta lógica, Platão, dividiu as artes em três categorias: as que representam, as que produzem e as que imitam (artes que ora utilizam os objetos, ora fabricam os mesmos ou simplesmente os imitam). Estas categorias artísticas devem-se, em parte, à tentativa de considerar a imitação (*mimesis*) como teoria para o entendimento do conceito de arte. Sendo que as artes imitativas são o reflexo da coisa representada, logo assume um carácter falso ou falacioso. A utilidade da arte, na visão platónica, consiste em formar moralmente os cidadãos de um determinado Estado, sendo outros propósitos da arte enganadores ou até mesmo prejudiciais; a arte assume um carácter de premência e utilidade na medida em que se baseia num ideal de justiça e de moral, mediante o uso correto do cálculo e da medida, em vez da intuição e da experiência onírica. A teoria de Platão condena a subjetividade e o abstrato da arte que imita, sobretudo baseada no individualismo.

Podemos verificar, em analogia, e colocando-nos num contexto histórico neoplatónico, que Plotino (205 d.C. – 270 d.C.), filósofo grego nascido no Egito, renovou o conceito

de arte, num comprometimento mais sensível e criativo com a beleza, assumindo a existência de um *Logos Criador* de arte, conferindo à matéria muito mais do que aquilo que a natureza lhe oferece. Para este filósofo, a verdadeira origem da obra de arte é o artista, que se encontra mais perto da verdade e da perfeição do que a obra por si criada, reconhecendo uma distância entre a beleza ideal e a beleza terrena, admitindo que o caminho para o acesso ao mundo transcendental se realiza através da beleza veiculada pela sua ideia. O artista é uma criatura em contacto com o mundo divino, recebendo deste a ideia que transformará a obra de arte numa existência de revelação. Plotino concebeu haver uma beleza sensorial, que provém do mundo intelectual, revestida pela sua ideia e que é direcionada ao belo absoluto. Relativamente à arte enquanto imitação, refere que esta tende a imitar o princípio das coisas, ou seja, para além de imitar a sua aparência, imita a própria natureza nos seus processos aparentemente insondáveis pela observação, afirmando que as artes não têm sido até então apreciadas pelo conceito que Platão estabeleceu; em como estas apenas imitam o visível da natureza. Plotino estabelece a existência de várias artes, no intuito particular de representar a realidade, de contemplação, de ajudar os homens nas suas atividades diárias e de criar beleza para usufruto intelectual, dividindo as artes nas seguintes finalidades: as que se servem da força da natureza; as que se servem de seus próprios instrumentos e as que empregam instrumentos racionais, ou seja, as produtivas, as imitativas, as que surgem em auxílio da natureza; as intelectuais.

No entanto, o pensamento de Plotino, em incorporação com o pensamento de Platão, mostra-nos que há sempre um conflito entre a forma ideal e a forma real, ou seja, numa visão mais abrangente, abstrata e maniqueísta, entre o bem e o mal. Enquanto a beleza ideal é indivisível, a material é imperfeita, contudo, através da arte e da criatividade, o homem poderá atingir o lugar cognitivo da sua génese e o entendimento do seu espírito.

1.2 - Segundo Vislumbre ao Horizonte Primevo – A Arte e o Belo

A semelhança entre o belo e o horrível é que para ambos lançamos sempre um segundo olhar. A diferença é que, para o belo, demoramos menos tempo a fazê-lo.

A ideia de beleza de uma obra de arte, durante séculos e até, sensivelmente, o século XIX, esteve diretamente relacionada com a obrigatoriedade de essa obra possuir formosura e elegância nas suas formas visíveis. Esta ideologia, enquadrada num contexto greco-latino e judaico-cristão, tomou ao longo dos tempos diversas expressões

e critérios de validação. Entende-se, nos dias de hoje, que uma obra de arte, através do seu carácter expressivo, da sua riqueza simbólica, figurativa e metafórica, da sua natureza provocatória e da sua capacidade de proporcionar sensações nos seres humanos, assume-se, para além de um mero ato cultural, como um ato de manifesta progressão no percurso evolutivo do ser humano.

Para interpretarmos, contudo, a noção de belo, necessitaremos de ter em conta que durante séculos houve uma correlação com aquilo que demonstrava ordem, harmonia, simetria, em plena posse de uma beleza holística e de carácter cosmogónico e metafísico. À medida que se avizinhava a época contemporânea, foi-se afastando a teoria metafísica do belo, tendo sido substituída pela ideia de estética. Os conceitos de belo, do bem e do justo deixaram, também, de ser considerados objetivos e uniformes; porque toda a experiência estética seria uma ocorrência sensorial admitida num plano individual e irrepetível.

Para um melhor e mais amplo entendimento da evolução do conceito do belo e de artístico, temos que considerar essas conceções à luz do modelo socrático, enquanto conceito relacionado com valores éticos e morais. Segundo Sócrates (469 a.C. – 399 a.C.), filósofo e pensador ateniense, ícone incontestável da filosofia e da cultura ocidentais, a sociedade teria de operar em harmonia, unida e em comunhão com uma justiça imparcial. Cada indivíduo teria de participar na vida social objetivando a justiça, a verdade e a bondade como meios fundamentais para atingir, segundo afirmou, *o mais alto grau de conhecimento*. Este filósofo entendeu que a existência humana pressupõe duas grandes vertentes: o corpo e a alma (*psyché*), levando-o a estabelecer pensamentos sobre a existência espiritual da humanidade. Sendo a *psyché* a residência da consciência, do raciocínio e da íntima vontade de conhecer, também aí seria o lugar onde residem os conceitos universais. Desta forma, uma vez que a verdade, a bondade e a justiça conjugam a noção de beleza, a *psyché* é o próprio belo. Este filósofo atribuiu à *psyché* as principais características e qualidades que, mais tarde num contexto teológico, se atribuiria a Deus. Sócrates estabeleceu a ideia de que na natureza a imperfeição é uma ocorrência frequente e que o artista, ou artesão, para captar a beleza teria de recorrer a vários elementos dispersos no exterior, sendo que a beleza ideal corresponderia a um conjunto de fragmentos existentes na natureza, concluindo que o percurso artístico na captação do belo faz-se no sentido do múltiplo (desordem) para o uno (ordem), ou do relativo e ambíguo para a existência plena e eterna. Embora a beleza

não fosse concebida como corpórea, só poderia ser captada pelos sentidos, uma vez que seria pela alma que se faria o caminho para o verdadeiro. A este modelo filosófico, estaria ainda patente a ideia de *Kalocagatia*, conceito da antiga Grécia que encerra em si uma qualificação que seria atribuível ao belo, ao agradável, ao bom e ao útil, sendo que a sua plena concretização apenas ocorreria se todas estas qualidades se verificassem simultaneamente.

“Sócrates marca o advento de uma fase essencial da Estética *avant la lettre*” (Huisman, 1997:15), numa idade dogmática em que o princípio da alma humana, portadora em si mesma do conceito de belo, resplandece de beleza sobrenatural. Podemos, nesta perspectiva, verificar a correlação com o modelo platónico, especificamente na obra *Fédon*, onde o seu autor afirma que, na origem de toda a beleza, deve haver “uma primeira beleza que pela sua presença torna belas as coisas que designamos por belas, qualquer que seja o modo como se faz essa comunicação” (*Idem, Ibidem*: 16). O conceito da estética terá sido originário do momento em que Sócrates, respondendo a Hípias (obra *Hípias Maior*, de Platão), diz que o belo não era um atributo particular de mil e um objetos, mas algo mais e ainda melhor do que estes conhecimentos parciais.

1.3 - O Mundo Pós-Moderno

Em meados do século XX, o mundo viria a conhecer uma transformação, cujos sintomas há já bastante tempo poderiam ser intuídos, mas cujas evidências efetivas e consequências reais só mais tarde, perto do século XXI, se repercutiram na consciência da sociedade e, a partir desta, nos seus hábitos culturais. Estamos a falar da mudança de uma época. O surgimento da pós-modernidade. Esta ocorrência derivou, em grande parte, da evolução da ciência e das tecnologias, encetada pela influência massiva do capital industrial.

Qualquer alteração que se evidencie no pensamento sistematizado e organizado de uma sociedade é, primeiramente, verificável na realidade física, no quotidiano material onde essa sociedade vive. Torna-se óbvio na urbanização, na rede de transportes cada vez mais rápidos, nos acessos variados, nos bens materiais em geral. É, também, compreensível, que os conceitos de tempo e espaço tenham mudado. Não é possível descurar a extrema influência de algumas personalidades, autores de teorias reformuladoras que abalaram profundamente muitos dos dogmas existentes, alterando

muitos deles. Falamos de intelectuais como Charles Darwin, autor da teoria a favor da seleção natural e sexual dos seres vivos; de Karl Marx, fundador da doutrina comunista moderna e do pensamento sociológico que declina a ideia do homem enquanto elemento singular; de Sigmund Freud, precursor da psicanálise e das teorias do inconsciente, rejeitando a ideia de sujeito racional em prole da identidade produzida com base em processos psíquicos e simbólicos; de Ferdinand de Saussure e a sua teoria do estruturalismo e da linguística como ciência autónoma, ao considerar que os indivíduos não são os autores principais das suas afirmações ou convicções, dado que estas são resultado de um sistema de linguagem que é, acima de tudo, um sistema social; de Michel Foucault e a filosofia do «poder disciplinar» das instituições sociais; de Albert Einstein, autor da teoria da relatividade geral, uma referência máxima da física moderna, entre outros de diversos campos e áreas do conhecimento humano. Na verdade, aquilo que Richard Wagner entendeu como *ópera de arte total*¹ reflete-se similarmente na nova realidade, pela tecnologia dos novos tempos.

Para melhor entender o conceito de pós-modernidade, há que compreender tudo aquilo que a modernidade representou. Quer ao nível da ciência, mas também, focando o assunto em análise nesta dissertação, ao nível da arte. As mudanças de paradigmas foram muitas e profundas. Mas “foi nas obras de arte que primeiro se exprimiu a nova consciência dos tempos modernos” (Francastel, 1998: 71).

Segundo Hans Ulrich Gumbrecht (2011), a pós-modernidade é caracterizada por três termos fundamentais para entender as mudanças mais significativas entre a pós-modernidade e a modernidade, especialmente pelo uso do prefixo “des”, são eles: destemporalização, destotalização e desreferencialização.² Desde logo, a rutura com a arte clássica, com o modo mimético de representar artisticamente a realidade, dotando a arte de uma maior autonomia e liberdade de expressar a estética. Salientamos aqui o aparecimento do conceito “Arte pela Arte”. Conceito já pensado na antiguidade clássica grega, nomeadamente por Aristóteles; formulado no século XVIII pelo filósofo alemão Alexander Baumgarten; batizado com essa expressão no início do século XIX pelo

¹ Richard Wagner entendia a *ópera de arte total* (*Gesamtkunstwerk*) como fusão de várias artes – nomeadamente a poesia, a música e a dança – num só espetáculo, seguindo o modelo da tragédia grega e realçando o poder do mito, que, no seu carácter universal, tem a capacidade de transpor a ideia para a emoção.

² GUMBRECHT, Hans Ulrich. “O campo não-hermenêutico ou a materialidade da comunicação”. In Dish and Pot dish and Pot, de 20 novembro de 2011. [Consultado em 2014-10-19]. Disponível na www: <http://dishandpot.blogspot.pt/2011/11/gumbrecht-hu-o-campo-nao-hermeneutico.html>

pintor francês Jean-Joseph Benjamin Constant; até ganhar o seu máximo esplendor nos anos seguintes por outros artistas e intelectuais, como Théophile Gautier, Edgar Allan Poe, Charles Baudelaire, Stéphane Mallarmé, John Keats, entre outros de sonância cultural similar.

Se tivermos de escolher um fator preponderante, símbolo da modernidade, podemos considerar o aparecimento da indústria cultural (de origem alemã *Kulturindustrie*), concebido pelos filósofos e sociólogos alemães Theodor Adorno (1903 – 1969) e Max Horkheimer (1895 – 1973). Esta expressão faz situar a arte na obediência dos anseios da sociedade capitalista industrial. A arte passa a ser uma mercadoria.

A pós-modernidade, na verdade, não veio a romper com nenhuma outra época. Veio a confluir-se em todas elas, criando novas perspectivas de ver o passado, o presente e o futuro. Contudo, o momento presente é para a pós-modernidade o cerne da questão, como se confirma pelo reaproveitamento e popularização da expressão *Carpe diem*, originalmente da autoria do poeta latino Horácio. Vigora, assim, na atualidade, o imediatismo, a globalização, a simulação da realidade cada vez mais digital, cada vez mais dependente da mediação das redes sociais virtuais. Assiste-se, deste modo, a uma sociedade virada para o espetáculo, para a omnipresença do discurso publicitário, numa cascata alucinante e vertiginosa de informação jorrando a todo o milésimo de segundo. Admitimos que “l’*énergie des machines et les émotions des hommes se mélangent comme dans un amalgame*” (Maffesoli; Martins, 2011: 6). Por um lado, temos a quantidade de informação, por outro lado, a sua transitoriedade. Tal como nos diz Zygmunt Bauman, vivemos num “tempo instantâneo e sem substância do mundo do *software* é também um tempo sem consequência. ‘Instantaneidade’ significa realização imediata, ‘no ato’. Mas também exaustão e desaparecimento do interesse” (2001: 137). A procura da identidade tende a fazer-se de dentro dos parâmetros e limites indefinidos da “cultura dos média” de forma entrópica, fragmentada e múltipla. Metaforicamente, podemos dizer que esta procura de identidade utiliza os métodos da montagem, *assemblage*, e colagem – procedimentos iniciados na modernidade com movimentos artísticos como o dadaísmo ou a arte pop e frequentemente utilizado na música, especialmente a partir da segunda metade do século XX – e que, agora, resulta da relação entre cultura e tecnologia, ou melhor dizendo, da cibercultura.

1.3.1 - Cibercultura e Ciberespaço

Haverá melhor forma de encontrar uma definição de cibercultura do que usar as novas tecnologias? Encontrámos à velocidade de banda larga a seguinte definição:

“Cibercultura é a cultura que surgiu, ou surge, a partir do uso da rede de computadores através da comunicação através de computadores, a indústria do entretenimento e o comércio eletrônico. É também o estudo de vários fenômenos sociais associados à internet e outras novas formas de comunicação em rede, como as comunidades on-line, jogos de multi-usuários, jogos sociais, mídias sociais, realidade aumentada, mensagens de texto, e inclui questões relacionadas à identidade, privacidade e formação de rede.”³

Procedemos ao mesmo recurso para encontrar uma definição de ciberespaço.

“Ciberespaço é um espaço existente no mundo de comunicação em que não é necessária a presença física do homem para constituir a comunicação como fonte de relacionamento, dando ênfase ao ato da imaginação, necessária para a criação de uma imagem anônima, que terá comunhão com os demais. É o espaço virtual para a comunicação disposto pelo meio de tecnologia.”⁴

Cibercultura é, assim, o resultado da relação simbiótica entre o ser humano e esse novo recurso tecnológico, que surgiu da microinformática com a confluência das telecomunicações. Logo “o ciberespaço não é senão o desvio técnico para atingir a inteligência colectiva” (Lévy, 2000: 136).

Contudo, torna-se necessário referenciar como a microinformática evoluiu ao longo dos últimos 70 anos. Desde, sensivelmente, finais da década 50 do século XX que a microinformática vem sendo aperfeiçoada nas suas potencialidades. Na década 60, surge o microprocessador, também designado por CHIP, que durante os próximos anos diminuiu de peso, de tamanho, de custo, mas aumentou de capacidade de armazenamento. Desde os primeiros circuitos eletrônicos e válvulas (que precisava a cada tarefa de ser reprogramada, consumindo uma grande quantidade de energia, com grandes problemas de sobreaquecimento), passando pelos computadores de segunda geração (que inauguraram o uso comercial, embora tivessem um tamanho gigantesco e uma capacidade de processamento diminuta), as válvulas foram substituídas por

³ Wikipédia, a enciclopédia livre. [Consultado em 2014-10-15]. Disponível na www <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cibercultura>

⁴ Wikipédia, a enciclopédia livre. [Consultado em 2014-10-15]. Disponível na www <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ciberespa%C3%A7o>

transístores, 100 vezes mais pequenos e com uma rapidez de cálculo muito superior. Entre 1965 e 1975, aparecem os computadores de terceira geração (com circuitos integrados, com ainda maior capacidade de processamento). Nesta década, surge, também, a utilização dos computadores pessoais. A tecnologia dos circuitos integrados veio a substituir os transístores, com um poder de processamento em nanossegundos (bilionésimos). Na próxima década, aparecem os aplicativos de quarta geração. Estes vêm dotados de *softwares* integrados, com processadores de texto e gerenciadores de banco de dados e comunicação. A partir de 1977, começam a ser utilizados os microprocessadores, bem como os micro e supercomputadores. Há, nesta fase, uma acentuada comercialização, ao passo que surgem outros ainda mais pequenos e funcionais, obedecendo a três escalas de integração dos circuitos integrados, os denominados LSI (Large Scale of Integration), VLSI (Very Large Scale of Integration) e ULSI (Ultra Large Scale of Integration). Os supercomputadores, utilizados em grande número em escritórios ou em casa do utilizador, aparecem na década de 90 do século XX. Consolida-se, assim, a quinta geração. Nos anos seguintes, outras áreas começam a ser bastante exploradas, tais como a robótica, a imagem virtual, o processo multimédia, a comunicação *on-line* (Internet).

A sociedade atual vive dependente, não só da tecnologia, mas também da técnica. Vive, praticamente numa cibercidade; um “lugar” de ciberdemocracia, mas também de exclusão digital. Neste cenário “o ciberespaço erige-se como sistema de sistemas mas por isso mesmo, é também o sistema do caos. Incarnação máxima da transparência técnica, acolhe no entanto, pelo seu irreprimível aumento de volume, todas as opacidades do significado” (Lévy, 2000: 113). A cibercultura é resultado de uma sinergia de recursos e de uma adaptação, mais do que uma consequente invenção material, havendo surgido o computador. A cibercultura é um produto social. Na verdade, segundo nos diz Castells: “A Internet é uma ferramenta que desenvolve, mas não muda os comportamentos, a não ser os comportamentos que se apropriam da Internet e que, portanto, se amplificam e se potenciam a partir daquilo que são [...] Não é a Internet que altera o comportamento, mas o comportamento que altera a Internet” (2004: 234).

O termo é da autoria de William Gibson e está patente no seu livro *Neuromancer*, publicado em 1984. Desde então está associado ao mundo virtual da informação, a um mundo cujo “lugar” não se encontra territorializado, a um “espaço” que não tem fronteiras físicas, a um ciberespaço. Compartilhamos a ideia que “le virtuel des

cybercultures est bien une manière d'exprimer le désir d'être-ensemble” (Maffesoli; Martins, 2011: 8).

No entanto, é constantemente enriquecido com novas informações de diversos géneros, formas e formatos (textos, imagens, sons, gráficos), remetendo para outras mais informações, num novo enquadramento percetivo de espaço-tempo do qual se evidenciam as noções de ubiquidade e de instantâneo. “Os textos, as obras de arte limitam-se a transformar outros textos e outras obras de arte num *continuum* em espiral e em rede que se desdobra ao longo do tempo “ (Steiner, 1993: 109). Este conteúdo provém do mundo real, da realidade que já existiu e existe externamente, mas também internamente a esse mundo virtual. O real passa a ser *duplo*, com naturezas distintas. O real passou a ter “lugar” onde se reflete de forma lúdica, criativa, podendo recriar-se, reconfigurar-se e, em certa medida, transfigurar-se. Potencia-se, neste cenário, o lado dinâmico do misterioso, posto que “le «mystère» est ce qui unit des initiés entre eux, ceux partageant les mêmes mythes” (Maffesoli; Martins, 2011: 8).

O virtual (termo derivado do latim medieval *Virtuale* ou *Virtualis* e que significa virtude ou vigorosidade) revela-se a prova inquebrantável de que o real existe e espera cada indivíduo para se tornar ainda mais real, com a mesma simplicidade com que se abre uma janela ou se puxa para o lado uma cortina opaca. Na perspetiva de Nicolas Bonnal, “a internet é o remate do projecto tecnológico ocidental, iniciado no século XVI. O sonho dos humanistas, e das luzes, de um mundo sem fronteiras, abertos aos saberes, às trocas e às técnicas está finalmente realizado” (2001: 7).

As tecnologias não vieram a eliminar os processos tradicionais de produzir informação, vieram, sim, a sincronizar e a possibilitar a migração de um conjunto de métodos por via da sua adaptação e reconfiguração para o ciberespaço. *O meio é a mensagem*, como refere Marshall McLuhan.⁵ Nesta lógica, “a potencial integração de texto, imagens e sons no mesmo sistema, interagindo a partir de múltiplos pontos, num tempo escolhido (real ou passado) numa rede global, em condições de acesso livre e a preço módico, muda de forma fundamental o carácter da comunicação” (Castells, 2002: 432).

É importante referir aqui as três leis da cibercultura que André Lemos (2003) ressalva: *A Lei da Reconfiguração*, que procura evitar a substituição ou aniquilamento das práticas anteriores; *a Lei da Liberação do polo da emissão*, ou seja, na procura de evitar

⁵ Segundo Marshall McLuhan a teoria de “o Meio é a Mensagem” revela que a transmissão de uma mensagem está diretamente implicada com o meio com que se efetua. Embora se projete o meio com um carácter de transparência e definido como neutro, este pode modificar o entendimento do conteúdo da mensagem, tornando-se num elemento decisivo na comunicação.

o monopólio ou a censura de informação; a *Lei da Conectividade*, capaz de permitir uma conexão espontânea, onde indivíduos se comuniquem e as próprias máquinas interajam entre si.

As tecnologias tornam possível a simulação da realidade, através da teatralização. Sabemos, tal como entende Lévy, que “as técnicas de simulação, em particular as que põem em jogo as imagens interactivas, não substituem o raciocínio humano, mas prolongam e transformam as capacidades da imaginação e do pensamento” (2000: 177). A questão é que esta teatralização pode gerar uma conflitualidade entre o indivíduo e o *outro* para o qual se transforma. Muito à semelhança do que nos diz Bernardo Soares no seu *Livro do Desassossego*, “Viver é ser outro” (1982: 101), no ciberespaço também podemos existir para ser *outro*. É igualmente, neste simulacro, produzido todo um imaginário coletivo. Existem dois tipos de opiniões gerais relativamente a este assunto. Uns afirmam que, tratando-se de um fenómeno de natureza irreal (feita de dígitos e fórmulas), a cibercultura é manipuladora e falaciosa; os outros vêem-na como uma ferramenta libertadora e igualitária. Esta questão há bastante tempo que é debatida, existindo mesmo uma dificuldade de consenso, tal como nos anuncia Adriano Duarte Rodrigues:

“A impossibilidade de resolver estas posições antagónicas acerca da natureza das relações entre a tecnicidade e a sociedade indicia a incompreensão generalizada daquilo que está em jogo na experiência da tecnicidade, o abismo e a confusão entre, por um lado, os aspetos extrínsecos, superficiais e aleatórios de um uso meramente instrumental dos utensílios e dos instrumentos técnicos, e, por outro lado, a natureza profundamente cultural da tecnicidade” (1999: 197).

Daqui se entende o conceito de rede. Salientamos, porém, que o termo «Rede» deriva do latim *retis*, que significa armadilha. Esta é o resultado de uma conexão global, no seio da Internet, feita por computadores individuais conectados numa miríade de possibilidades comunicativas, diríamos, dionisíacas, com um forte pendor e efeito de religiosidade social. “A Internet é o local de encontro da alta tecnologia com o irracional mais puro” (Bonnal, 2001: 14). Com a possibilidade do hipertexto (criado por Theodor Nelson, em 1980), consistindo numa linguagem computacional produzida por sequências não lineares, mas adaptáveis de acordo com a escolha do usuário, as tecnologias digitais revestiram-se de novas potencialidades e dinamismos. No entanto, não é propriamente a potencialidade das novas tecnologias que provocam as mudanças na sociedade, mas a interatividade que leva os indivíduos a participarem ativamente na

construção desse conhecimento e imaginário coletivos, dentro da dinâmica técnico-social que a cibercultura impulsiona. Como afirma Lévy, “a possibilidade de reapropriação e de recombinação material da mensagem por seu receptor é um parâmetro fundamental para avaliar o grau de interatividade” (2000: 81). Mas a interatividade tem um limite? É mais óbvio esse limite, por exemplo, no *videogame*, já que as combinações de opções foram já previamente programadas. Todavia, os jogos *online* vêm, aqui, a ultrapassar essa limitação, uma vez que, sendo um jogo executado em ambiente interativo, permite ao usuário, por meio de um avatar, relacionar-se com outros jogadores, multiplicando, indeterminadamente, o número de opções. Servem de exemplos os jogos MMO (Massive Multiplayer Online) The world Of Warcraft; Astro Empires; Guerra Khan; Travian; Galactic Wars; Tribal Wars, entre muitos outros.

A desmaterialização é a consequência da virtualização. Dizer isto parece redundante, muito embora o ciberespaço, sendo um “lugar” de fluxos comunicacionais simbólicos e rizomáticos consegue, em certa medida, transformar o que os filósofos da Antiguidade entendiam por *physis* numa sequência matemática feita de dados binários. Claro que esta transformação deve ser entendida como uma metáfora. Mas, sabemos que as metáforas (do grego *methaphorai* e que significa transporte para outro sítio, ou transferência) são o método mais preciso para entender a imprecisão.

1.3.2 - Crise de Identidade na Era Pós-Moderna: Insolubilidade e Práxis

Para Stuart Hall, as identidades modernas correm o risco de ficarem desviadas e fragmentadas (2006: 8). É também deste teórico a concepção de três identidades, decorrentes de três momentos históricos: a do *sujeito do iluminismo*, a do *sujeito sociológico* e a do *sujeito pós-moderno*. A primeira identidade é entendida como singular, fruto de um isolamento face à sociedade. O indivíduo desde o momento que nasce até ao fim da sua existência permanece o mesmo, sem grandes variações. O sujeito do Iluminismo é fruto da libertação dos dogmas religiosos, resultante da Reforma, do Protestantismo e das concepções filosóficas da época – como exemplos: Baruch Spinoza (1632 – 1677), John Locke (1632 – 1704), Pierre Bayle (1647 – 1706). A segunda identidade advém de um novo mundo, revestido de novos contornos sociais e fecundado pela industrialização. Aqui o indivíduo foi alvo de várias modificações, consequentes das inúmeras interações com os diferentes mundos culturais a que se sujeitou, ficando a sua identidade a meio termo entre o universo pessoal e o universo

público. A terceira identidade, correspondente ao sujeito pós-moderno, é originada pelo descentramento do indivíduo face à sociedade e à cultura que o cerca. Deixa assim de ser uma identidade fixa e passa a ser múltipla de acordo com as várias experiências que acumula (Hall, 2006: 25-27).

Se a pós-modernidade, com a imposição do mercado global, impeliu o indivíduo a perder as referências da sua identidade cultural, também sujeitou-o a interagir com as demais identidades culturais e a inserir-se no mundo globalizado, como mais um distinto pedaço dessa imensa manta de retalhos. Nesta condição, o indivíduo não deixou de tentar encontrar no seu passado as origens identitárias e culturais, dado que este necessita sempre do reconhecimento e da preservação da sua própria cultura para se afirmar no mundo heterogéneo. Há, no entanto, que entender que a existência e convivência dos extremos das identidades podem provocar a substituição do local pelo global, bem como o contrário (Adorno; Horkheimer, 1985: 122). Em todo o caso, todo o processo de identificação, que culmina na produção das identidades culturais, tornou-se mais volátil, hermético, ao passo que transitório. As práticas de comunicação, à velocidade e com a acessibilidade interativa que existem, revelam que as redes telemáticas provocam no indivíduo a necessidade de uma assepsia cultural que, se consciente, o ajuda a evitar a contradição, se ignota, o ofusca na sua procura cognoscível.

No âmbito da cultura de massas, temos que relevar o papel dos média e a sua missão de informação e divulgação do conhecimento, uma vez que possibilita também a ligação entre os polos extremos da cultura (internacional e local, ou da esfera pública e da esfera privada), reconfigurando drasticamente o indivíduo enquanto consumidor e espectador, tornando-o, paralelamente, mais autónomo e incentivando-o a ser elemento participativo dessa transformação. É nesta lógica, também, que o que é do foro popular passa a interessar às elites, proporcionando a revalorização da cultura local. O mundo transformou-se numa *Aldeia Global*⁶, tal como estabeleceu McLuhan.

Mas a grande problemática que emerge da crise de identidade na era pós-moderna é que o homem tende a romper quase todas as ligações com a sua cultura e tradições, tornando-se num indivíduo quase incógnito e sem referências do seu passado, ao passo

⁶ O conceito de *Aldeia Global* foi pensado por Marshall McLuhan e diz respeito à forma como as novas tecnologias tendem a criar uma ligação entre indivíduo não mais dependente da distância existente entre eles. O termo foi divulgado em obras como “A Galáxia de Gutenberg” (1962) e em “Os Meios de Comunicação como Extensão do homem” (1964). McLuhan introduz a problemática de toda uma transformação social provocado pelo progresso tecnológico, especialmente na forma como os indivíduos se comunicam globalmente, reconfigurando toda uma tradição oral e local.

que busca construir o seu futuro. Na linha de pensamento de Lévy, torna-se evidente o grande perigo em torno deste processo de conhecimento: “o saber, destotalizado, flutua. Isto tem como resultado um violento sentimento de desorientação” (2000: 178). A nova forma de comunicar veio a reformular o modo como o indivíduo se apresenta para o mundo e o modo como se relaciona com a diferença, mais do que com a semelhança. “O que caracteriza o novo sistema de comunicação, que integra múltiplos modos de comunicação numa rede digitalizada, é a sua capacidade de incluir e abranger todas as expressões culturais” (Castells, 2002: 491). Neste ponto, podemos apontar mais uma vez os média por desencorajar o esforço pessoal para uma atitude mais crítica e por, constantemente, impor símbolos, signos e códigos facilmente interpretáveis levando à redução dramática de toda a profundidade e originalidade das imagens com e sobre as quais o indivíduo deveria produzir as experiências mais íntimas e significativas.

Se questões de cariz mais político se alteiam como pertinentes, porque instauram a problemática da violação de direitos de autor ou invasão de privacidade – consideremos o que o mundo digital modificou através das câmaras de vigilância, dos *spams*, dos bancos de dados –, não podemos negligenciar o que está em causa: as crescentes divergências, os frequentes conflitos e as repetidas irrupções na relação entre espaço público e espaço privado.

A identidade cultural passa muito por ser um fenómeno dinâmico de relações sociais e patrimoniais à volta do qual interagem imensos símbolos de profícuo significado e significância, produzindo um conjunto de valores para uma determinada sociedade. Desde modo, “force est de constater que le développement de la technique renforce le sentiment d’appartenance tribale. C’est grâce aux réseaux communicatifs qui se constituent les réseaux sociaux” (Rabot, 2011: 99).

Não podemos, todavia, conceber estes valores como referências fixas ou inalteráveis. Inúmeros teóricos e estudiosos, porém, propõem a ideia de que não se deve cultivar o propósito de imobilizar a cultura de um povo, isolando-a de toda a heterogeneidade do mundo, correndo o risco de impedir o indivíduo de entender o comportamento da humanidade nas suas mais variantes e dissemelhantes manifestações de modos de vida. Porém, há que sublinhar a importância do equilíbrio de três grandes dimensões (Identidade, Comunicação e Cultura), que Wolton (2004) identifica como o *triângulo infernal* a que o indivíduo do século XXI se confronta.

Segundo Kliksberg, “a cultura pode ser um instrumento formidável de progresso económico e social” (2001: 140). Se, no cenário externo à *web*, é necessário proceder à

valorização do espaço geográfico para exercer sobre esse mesmo espaço uma dinâmica de poder social, capaz de condensar em sua territorialidade toda uma interatividade individual e que constrói “a problemática do indivíduo que pertence a uma coletividade, que necessita de uma forma (lugar), de um conteúdo (significado) e da exterioridade como um sistema institucional, político e cultural” (Raffestin, 1993: 60), na *web* esta estratégia racionalista dá lugar ao esforço empático de cariz estético. A *web*, tal como outros lugares, é, assim, um espaço específico onde um conjunto de pessoas reconhece os valores essenciais ao seu pertencimento e onde exerce as suas atividades sociais em prole do desenvolvimento pessoal e coletivo. Sendo um lugar de coexistência, a *web* é, de igual forma, um lugar situado entre a singularidade do indivíduo e a multiplicidade do mundo externo. No mundo virtual, o indivíduo pertence à comunidade onde, e enquanto, se consegue manter entretido, no mundo físico onde, e enquanto, “se faz pela convivência, a continuidade, as relações familiares, as emoções e sentimentos compartilhados, garantindo uma maior comunicação e uma solidariedade orgânica” (Martin, 1996: 169).

Embora, numa primeira observação, seja a paisagem física o que possa definir determinado território, posto que são as características e elementos da paisagem o que determina o sentimento de pertença e, através dela, cada indivíduo modele, recrie ou transforme a sua perceção emocional e cognitiva, também a paisagem de um território é a nossa “autobiografia inconsciente”, pois ela reflete, de uma forma tangível, os nossos gostos, aspirações e temores (Lewis, 1982: 177). Porém, há que considerar outros fatores, através de processos de normalização, de formalização e codificação, que exerçam sobre a produção ou manutenção do conceito social de identidade um peso preponderante.

Na verdade, o uso frequente do conceito de identidade poderá levar-nos a uma “precipitada psicologização dos processos e protagonistas sociais” (Pinto, 1991: 218). No entanto, há que conceber que a construção das identidades sociais obedece a dois fenómenos distintos: o “processo de identificação” e o “processo de identização”, tal como nos afirma Tap (1986: 12). O primeiro fenómeno diz respeito à forma como os atores sociais produzem conjuntos identitários veiculando tendencialmente as noções de pertença e de referencialidade; o segundo fenómeno refere o modo como os agentes ganham autonomia, distanciando-se socialmente dos demais, produzindo, em relação a estes, limites relativamente vinculados. Deste modo, podemos entender que a construção da identidade social se processa através de integração e/ou afastamento, alimentando-se

inevitavelmente das alteridades sociais com as quais se confronta. Mas se a afirmação de uma determinada identidade se faz de acordo com o seu acesso aos bens culturais, económicos, também se compreende que este acesso é proporcionado pela disponibilização do trabalho, funcionando este como efeito sociabilizador por excelência, dinamizando toda uma prática social que culminará na inserção do indivíduo trabalhador num grupo e local específicos. Assim, “no processo de produção, os seres humanos não entram apenas em relação com a natureza. Produzem por trabalharem juntos e de uma forma específica, interpenetrando as suas actividades. Para produzir, estabelecem relações definidas entre eles e o seu contacto com a natureza só tem lugar dentro destas relações sociais” (Marx, 1997: 56).

Neste âmbito, apercebemo-nos que a produção de uma política de difusão cultural, embora propunha o direito democrático da sociedade do livre acesso ao conhecimento, leva o seu público para patamares de meros consumistas culturais, na perspetiva da massificação mediática, em que não raras vezes, e paradoxalmente, este se torna totalmente dominado enquanto espectador. É na intricada e complexa esfera da produção da identidade que, na contemporaneidade, se verifica uma alucinante exigência de participação de modo a homogeneizar a sociedade. Para o indivíduo, “os seus objectivos e interesses não-de ser os objectivos e interesses autênticos da sociedade, há-de converter-se na sua cabeça e no seu coração” (*Idem, Ibidem*: 99).

O termo cultura está logicamente associado ao termo conhecimento e é nesta simbiose que se admite que todo o indivíduo culto seja capaz de aprender mais e reconhecer o que o rodeia. Nesta lógica, o papel da cultura assume uma importância crucial na construção da identidade cultural, desde logo influenciada por questões como o lugar, a raça, a história, a nacionalidade, as crenças e tradições, a sexualidade. A cultura de um povo permite circunscrever os muitos conjuntos de personalidades, bem como os modelos de conduta, dos indivíduos. Se outrora, longe de todo o desenvolvimento tecnológico que a pós-modernidade trouxe, as identidades eram mais tradicionais e fechadas devido ao escasso contacto entre culturas, atualmente, esta realidade é bem diferente. A globalização veio a possibilitar uma certa uniformização dos grupos sociais, contudo, veio também a originar, paulatinamente, a insolubilidade desses mesmos grupos, quer no plano coletivo que no plano individual. Segundo Hall (2006), a sociedade atual consente a “crise de identidade” devido ao amplo processo de transformações ocorrentes nas sociedades modernas.

Se atendermos à origem etimológica do termo identidade, verificamos que o seu significado se prende com aquilo que representa tudo o que é o mesmo ou aquilo que permanece no mesmo local. Esta definição evoluiu, naturalmente, da sua origem primeva. Hoje é admitido pensar-se em identidade como o que assevera a continuidade do indivíduo dentro do seu grupo social, mas tendo em conta todo um processo dinâmico de mudanças, de mutações, de adaptações, reestruturações ou justaposições de identidades.

É incontestável que a pós-modernidade transformou o modo como o homem se relaciona com o outro, não só na forma como comunica, mas também em termos de quantidade e qualidade dessa comunicação. Se bem que “as sociedades contemporâneas são ainda, em grande parte, dominadas pela noção de tempo cronológico” (Castells, 2002: 561), este tempo encontra-se fragmentado na sociedade em rede: manifestamente, um *tempo atemporal*. Essa “atemporalidade do hipertexto multimédia é uma característica decisiva da nossa cultura, modelando as mentes e as memórias das crianças educadas no novo contexto cultural” (*Idem, Ibidem*: 594).

Acredita-se que a sociedade em rede diligencie uma nova morfologia das sociedades atuais e a aceitação da sua lógica de funcionamento e interatividade influencie drasticamente as interposições e os resultados de todos os exercícios de produção, quer no cenário do poder e autoridade política, quer no cerne das experiências mais pessoais.

Há, acima de tudo, que entender o poder da comunicação da pós-modernidade. Como nos diz Macquail “a tecnologia da comunicação tem um efeito no próprio processo de comunicação, uma vez que cultura e comunicação estão interligadas” (2003: 109). No entanto, esta panóplia de recursos possibilita um acesso à informação de forma muito rápida, embora ocorrendo, muitas das vezes, o risco da deturpação da informação, se tivermos em conta que “os media de massas oferecem uma fonte inesgotável de imagens de uma pseudo-realidade servida em vez da experiência e que se torna para muitos difícil de distinguir da própria realidade” (*Ibidem*: 117). De facto, como nos afirma Darcy Ribeiro, “as sociedades humanas, no decurso dos tempos, experimentam dois processos complementares de autotransformação: um deles, responsável pela diversificação; o outro, responsável pela homogeneização das culturas” (1975: 21). É evidente que a informação seja para cada sociedade um vetor fundamental e estruturante de um múltiplo conjunto de domínios socioculturais. “Resta saber, e a propósito dos novos media, a dialética que eles introduziram na sociedade entre comunicação e

informação, em que medida, e particularmente em relação a uma cidadania participada, a comunicação está contra a informação ou a informação vai devorar a comunicação” (Bougnoux, 1995, citado por Oliveira, 2004: 77). Não estamos confrontados simplesmente com o simples direito de acesso à informação do cidadão, estamos diante de uma tecnologia social que cria dimensões absolutamente radicais nas relações sociais e, em última instância, novas formas de organização. Porque o que facilita, o que reforça, o que intensifica, a comunicação “longe de eliminar a opacidade, esta busca de transparência absoluta potencia-a, criando zonas inteiras de sombra e incompreensão” (Aubenas; Benasayag, 2002: 73).

O papel da linguagem, como fator pedagógico, deve ser constituído pelo predomínio de um discurso aberto às diferentes “vozes” existentes no conjunto identitário onde se manifesta. A fim de produzir uma prática ativa e crítica, voltada para a aceitação dos seus elementos, deve sempre considerar a minoria dissemelhante, que também engloba como público-alvo. A ação da linguagem tem, como demanda, de procurar dirigir-se de forma equilibrada perante as igualdades/diferenças individuais no sentido de produzir a harmonia necessária para que estes opostos possam, ainda assim, partilhar o que lhes é, de resto, comum. Sabendo que o significado que a interação entre sujeitos está intrinsecamente conectada com a carga cultural da sociedade onde estes vivem, entende-se que “o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, prevalecem sobre outras fontes de significado” (Castells, 1999: 22). Nesta linha de raciocínio, “a identidade só tem como referência a si própria: ela é auto-contida e auto-suficiente” (Silva: 2000: 1). A construção das identidades está absolutamente relacionada com os sistemas de representação, obrados pelos símbolos existentes em determinado território. Estando este processo de construção simbólica em constante mutação, adivinha-se que se formem muitas ambiguidades e obscuridades no seu decurso. Posta a natureza externa, produzida pelo homem, que o conceito de representação acarreta (documento escrito, pictórico, fotográfico, oral), a “representação é, como qualquer sistema de significação, uma forma de atribuição de sentido. Como tal, a representação é um sistema linguístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estritamente ligado a relações de poder” (*Idem, Ibidem*: 6). Assim, linguagem e identidade formam uma cumplicidade inseparável e, se neste círculo profícuo a construção da identidade depende das relações sociais, encontramos nelas “o motor das transformações linguísticas” (Bakhtin, 2006: 7).

Mas o poder da linguagem encontra a sua força num fator distintivo: a repetição. Ou seja, para dotar uma palavra de significado, para a transformar num signo, é premente que seja, antes de mais, reconhecida pelo grupo de indivíduos. Com este reconhecimento surgem a sua aceitação e a sua empregabilidade. A sua existência, significância e influência permanecerão através da sua repetição ideológica. No entanto, “cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade” (*Idem, Ibidem*: 30). Em suma, a repetição produz a aceitação, o diálogo produz o entendimento, mas também pode proporcionar a alteração do signo para novos patamares de aprendizagem e sentido.

Para Hall (2006), é através da oralidade das histórias, na reescrita dessas histórias, na cultura popular, nos média, e, sobretudo, na educação, que a origem da identidade de uma população se cria. Aliás, o papel da educação, nas suas mais variadas vertentes pedagógicas, afirma-se como recurso indissociável no processo de conhecimento da identidade cultural.

1.4 - Redes Sociais Virtuais

As redes sociais modificaram radicalmente o espaço destinado à apresentação e divulgação da obra de arte. Este fenómeno tecnológico, para além de ter dilatado desmesuradamente as fronteiras do mercado da arte, provocou um estímulo prático muito tentador ao artista desconhecido e/ou iniciático, que procura um lugar nesse mercado, dada a facilidade de interação e agilidade na troca de informação das redes sociais. Estes meios de comunicação democratizaram o acesso e a partilha de informação ao ponto de ver-se criado um novo conjunto de apreciadores e consumidores de arte. O meio de divulgar mudou. A arte mudou. O consumidor também.

A realidade virtual, própria da era pós-moderna, é de igual forma uma era de certezas transitórias e efémeras. O indivíduo vive rodeado de imagens e vive na tentação de uma interatividade imagética através da *web*. Esta curiosidade e vontade de interação, especialmente a nível artístico, não é totalmente nova. Terá surgido nos anos sessenta, com os fenómenos e os movimentos da contracultura, particularmente nos *happenings*, nas performances, com a *mail art* (ao procurar-se apresentar as obras de arte fora dos espaços habituais, como os museus ou galerias), e, mais tarde, com a introdução das vídeo-instalações. Se a interatividade na *web* é sinónimo de arte computacional e de pós-modernidade é porque o espetador já não assiste a obra de arte no exterior desta;

encontra-se dentro dela. Com as potencialidades das novas tecnologias, a transmissão da informação atingiu uma velocidade prolixa em tempo real, sendo para a arte uma ferramenta multimidiática reformuladora, visando novas moradas e vivências quer para a arte, quer para o espectador, ou melhor, para o usuário que intervém ativamente na arte. Referenciamos, como exemplo, a arte computacional que possibilita as colagens perceptivas. Estas colagens diligenciam a naturalidade e simultaneidade de uma relação proficiente e criativa entre o criador ou propositor e os demais indivíduos, que surgem já como coautores. As potencialidades da tecnologia computacional são imensas e indubitáveis, mesmo a nível pedagógico inicial sobre a própria arte. Se, por um lado, “les nouveaux médias électroniques produisent l’effet toujours plus amplifié d’une esthétisation du quotidien” (Maffesoli; Martins, 2011: 7), uma inovada correspondência cognitiva surge da relação artista e público com o compartilhamento da arte nas redes sociais. Arte e comunicação passam a ser um só fenómeno ao ponto de não se saber exatamente onde começa uma e acaba a outra. Esta indefinição de fronteiras, criadora de duplicidades, será também um tópico de análise no terceiro capítulo desta investigação.

É certo que todo o ato criativo é produzido por um conjunto de funções cognitivas e por um entrelaçado de emoções. Segundo Nicole Gnezda, numa publicação de 2011, *Cognition and emition in the creative process*, as novas tecnologias acabam por consciencializar ainda mais uma outra condição: a criatividade é também manipulativa. O meio onde este processo é efetuado envolve-se também como cúmplice e interveniente, por vezes, de forma autónoma. Por isso, compartilhar uma obra de arte na era do digital é diferente do explicar a uma plateia o trabalho artístico como produto acabado. Compartilhar é revelar e refletir sobre as escolhas estéticas e ideológicas, simbólicas e afetivas, que se elegeram para realizar uma dada expressividade. Na verdade, os estudos sobre a perceção estética, especificamente sobre as correspondências neuronais de emoções (a Neuroestética, que procura entender como funcionam as alicerces biológicos da perceção estética), alvitram novas conjeturas para a perceção da experiência visual, associando-a ao prazer pessoal provocado por estímulos externos (em certa medida, totalmente desconhecidos para o indivíduo). A entrega ao prazer é menos resistente ao remoto e ignoto do que fora antes, porque as fronteiras deixaram de ser vistas como linhas divisórias e passaram a ser, como afirmou Leonardo Da Vinci sobre a pintura, *una cosa mentale*.

A arte que se serve da tecnologia é uma arte que reflete sobre essa tecnologia. Esta moldou e é parte integrante da expressão da sua poética. Uma nova realidade que nos leva a pensar na inteligência, não apenas dentro da esfera individual, mas no universo coletivo. O indivíduo é, deste modo, provocado e motivado intelectualmente por inúmeras interconexões informacionais, num cenário social sem fronteiras físicas, mas cognitivo e psicológico. Por outras palavras, “l’importance actuelle que revêt Internet est paradigmatique de la postmodernité, dans la mesure où elle est le signe d’une intensification des communion humaines” (Rabot, 2011: 102).

As tecnologias vieram a por em causa um elenco de conceitos, como o espaço, o movimento, a textura, o tempo, ou as técnicas usadas, como entendeu Walter Benjamin em “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”⁷. Nesta lógica, as redes sociais virtuais não são apenas pessoas e comunidades virtuais, mas também de mecanismos, de artefactos e recursos técnicos. No cenário que se apresenta, a obra de arte ganha novos sentidos, organizados e regulados pelo fluxo manipulativo, pelo jogo constante, pela dinâmica digital, onde se permite que a produção e divulgação, por si só, se constituam como um desafio cognitivo. A arte passa a ser inacabada, não só pela sua ambiguidade mas também pela sua ubiquidade. As tecnologias passam a ser mediadoras. O público passa a ser interveniente. O artista passa a ser tudo isto, mais o múltiplo reflexo de si próprio.

1.4.1 - Tipos de Redes Sociais Virtuais

Existe atualmente um conjunto muito vasto de redes sociais virtuais. Cada uma possui um foco e uma dinâmica de funcionamento que a distingue de outra rede e com isso permite a criação de comunidades virtuais com interesses, preocupações e finalidades específicas. Desde a primeira rede social, criada nos EUA por um grupo de estudantes, em 1995, designada por *Classmates*, até ao Facebook, a mais célebre e generalista rede sociais no momento, com mais de 1 bilhão de usuários ativos, as razões de conexão variam tanto quanto as possibilidades de interação: partilha de ideias, pensamentos e

⁷ A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica (título original em alemão: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*) é um ensaio da autoria do filósofo e sociólogo Walter Benjamin, publicado inicialmente em 1936. O autor elabora uma reflexão em torno da reprodutibilidade técnica na produção da obra de arte e sobre a forma que esta, assente numa prática de cariz político, causa uma deterioração da sua *aura*, que estaria ligada ao *aqui e agora* da obra de arte. Esta deterioração leva também a questionar sobre a *autenticidade*, *singularidade* e *valor de culto da obra de arte*, uma vez que esta se transformou num mero produto de fácil exposição, distribuição e lucro financeiro.

sentimentos, bem como imagens, fotografias, vídeos (ferramenta de *media sharing*) e, com isto, criar grupos, páginas temáticas, sugestões de participação em eventos, promoção de serviços e partilha de experiências profissionais, comércio de produtos, e muitas outras iniciativas e finalidades. Concordamos, para rematar este ponto, que “les réseaux électroniques actuels, dont Hi5, Facebook, Second Life, Twitter, confirment que la parole ne peut pas ne pas nous lier et que l’autre est toujours notre destinée. Dans ces éco-systèmes électroniques s’est produite une hybridation” (Maffesoli; Martins, 2011: 7).

Fizemos uma pesquisa no mundo virtual e descobrimos a existência de diferentes grupos de redes sociais *online*. Descrevem-se, então, algumas das principais redes sociais e as suas características mais imediatas. Temos, primeiramente, de considerar dois tipos de classificações: redes sociais horizontais e redes sociais verticais. Dentro destas últimas, existem as de cariz profissional, as de lazer e as mistas.

As redes sociais horizontais: Baseiam-se na conexão e interação entre usuários, sem área de interesse ou finalidade pré-concebida. São, também, as mais conhecidas do público em geral. Podemos enquadrar nesta classificação as seguintes redes sociais:

- Facebook: Com mais de um bilhão de utilizadores – tendo em conta que em todas as redes sociais existe uma percentagem considerável de perfis falsos – é orientado para o comum dos usuários. Foi lançado em 2004 e é um *website* gratuito. A sua receita provém maioritariamente da publicidade. Permite a criação de perfis biográficos, partilhar informação, imagens, conversar via *chat*, jogar, visualizar e inserir vídeos, marcar e promover eventos, entre outras opções.
- Twitter: Para além de ser uma rede social é, sobretudo, um servidor para *microblogging*, ou seja, um género de blogue, com imagens e texto, podendo ser transmitida por SMS, E-mail, MP3 ou pela *web*. É mais direcionado para a atualização do usuário, em tempo real, das notícias e de eventos vários, servindo também como ferramenta profissional.
- Google+: Um serviço de comunicação lançado em 2011, que permite reunir algumas potencialidades do Google, como o Google Contas, Fotos, PlayStore, Youtube e GMail.

Uma das suas maiores vantagens é a possibilidade de se realizar videoconferências. Conta com um número superior 350 milhões de usuários.

Redes sociais verticais: Dirigidas para um público mais específico e que tenha em comum temas e interesses concretos. Podemos considerar as seguintes subclassificações:

Profissionais: Para fins de comunicação, promoção e interação profissionais. Exemplo destas redes sociais é o LinkedIn: uma rede essencialmente de negócio, lançada em 2003, permitindo a criação e partilha do *curriculum vitae online* de cada usuário, de forma a possibilitar novas relações profissionais e comerciais, procurar emprego ou participar em grupos de discussão.

De lazer: De natureza mais lúdica, surge como ferramenta de entretenimento e de ócio. Alguns exemplos deste tipo de rede social são:

- YouTube: Fundado em 2005 pelos precursores do PayPal, permite carregar e compartilhar vídeos em formato digital. É a plataforma mais utilizada neste sentido. Utiliza as tecnologias do Adobe Flash e HTML5 e através de mecanismos (APIs) o seu conteúdo pode ser direcionado para blogues ou sites pessoais.

- Picasa: Possibilita a edição digital de imagens, permitindo construir um arquivo fotográfico.

- Anobii: Destinado a todos aqueles que procuram informação sobre livros de forma a comparar referências de leituras e preços.

- Flickr: É um *website* que possibilita a partilha de vídeos e imagens (fotografias, documentos gráficos, ilustrações ou desenhos), assim como formas específicas de os organizar. Pode ser considerado um *flog* (também conhecido por fotoblogue).

- Instagram: Uma rede social que permite ao usuário tirar fotografias e aplicar-lhes todo um conjunto de alterações, efeitos gráficos e filtros digitais, ao dispor da conectividade de outras redes sociais como o Facebook, o Twitter, o Tumblr ou o Flickr.⁶

•Mistas: Redes sociais que oferecem, a todos aqueles que desenvolvem atividades profissionais ou simplesmente àqueles que são movidos por interesses do foro pessoal, um conjunto diverso de cenários ou interfaces como opções e finalidades gráficas e/ou de sociabilização.

1.4.2 - Comunidades Virtuais

O homem é um animal social, como afirmou Aristóteles. Desde sempre viveu em comunidade. E vive em comunidade desde o momento que nasce até ao momento que morre. O meio, os mecanismos, os recursos e os motivos é que variaram ao longo da sua vida.

Entendem-se como comunidades virtuais todos os grupos de indivíduos que partilham entre si um conjunto de interesses e afinidades intermediadas por um sistema de comunicação de natureza telemática, feita de estímulos e incentivos estéticos. O espaço territorial já não é tanto um fator preponderante na noção de pertença, não tanto como as ligações emocionais que a virtualização provoca. O entretenimento é a palavra de ordem, conseguido através de um processo de sedução e de popularidade. Estas comunidades, largamente estudadas por Bauman, servem de distração e refrigério casuais e facilmente são descartáveis.

Existem inúmeros e distintos tipos de comunidades virtuais. Cada uma promove um espírito identitário e uma adaptabilidade própria, alimentando o imaginário que lhes servirá de referência. No universo deste tipo de relações telemáticas, salientamos a tribo urbana. Esta comunidade é usualmente composta por jovens que partilham gostos e ideais similares, mas que divergem do resto da sociedade “real”. Partilham símbolos e signos que lhes servem de representações identificadoras. A questão da identidade é fulcral para que se constitua este tipo de relações estéticas. As comunidades virtuais podem ter origem dentro do mundo virtual ou ter migrado para este a partir do mundo físico. Exatamente como no mundo físico, estas comunidades virtuais partilham homogeneidades que interessam a cada elemento e a todos, simultaneamente. Esta partilha é feita através de uma comunicação interatuante. Esse é um dos valores mais essenciais destas dinâmicas grupais: as liberdades de escolha e de participação. Esta comunicação participativa e participante efetua-se sob várias formas: desde *chats*,

*fotoblogs, emails, fóruns de discussão, SMS (Short Message Service) ou MMS (Multimedia Messaging Service), por via de happenings, flash mobs, até aos sistemas de comunicação mais complexos, como é o caso dos MUD (Multi User Domain), típicos dos jogos. A comunicação, sendo feita por texto, propicia aquilo que Sherry Turkle (1997) chamou, no seu livro *A vida no ecrã: a identidade da Era da Internet*, de “nova forma de literatura de escrita coletiva”, visto que os participantes criam as situações e as ambiências psicológicas que querem experimentar, muitas vezes sob identidades moldadas para o efeito. Esta tendência remete-nos para as experiências artísticas que o teatro de improviso, designadamente a *Commedia dell’arte*, produziu. As máscaras usadas de então são agora o *eu* virtual, a identidade mutável, a personagem criada, pelo usuário. Há, neste exercício de sociabilização virtual, a perda do corpo físico do indivíduo em prole de um corpo coletivo, que Maffesoli (2004) classifica de “puramente utilitária”.*

A interação destas comunidades virtuais é ainda potencializada pela oportunidade de cada usuário ter o tempo necessário para ler, refletir e responder. A informação é contínua e inesgotável, se atendermos à multiplicidade de participações que podem ocorrer. Este modelo de rede social pode, desta forma, criar comunidades de conhecimento e práticas de educação, se aproveitadas para fins pedagógicos por entidades responsáveis. É certo que as tecnologias vieram a modificar o modo como o indivíduo processa as suas funções cognitivas. Torna-se óbvio entendermos esta mudança se tivermos em conta que o uso das ferramentas disponibilizadas pelo ciberespaço (como os hiperdocumentos ou os bancos de dados) afetam a memória e, através desta, o raciocínio. Em todo o caso, estes universos virtuais apelam à vertente afetiva e sensível pela trama lúdica que despoleta na experiência reversível da recriação identitária.

Quando falamos em realidade virtual não falamos de algo que é totalmente oposto ao real. Até porque existem funções que nos mostram o leque de opções físicas que o usuário pode experimentar. Tendo em conta o poderoso recurso Multimédia, referimo-nos à Realidade Misturada (fusão, em tempo real, de objetos virtuais com ambiente físicos); à Realidade Aumentada (inclusão de representações virtuais na realidade física, facultando ao usuário o poder de manipulação através de um interface do mundo real); à Virtualidade Aumentada (inserção de representações reais no mundo virtual, permitindo

igualmente a manipulação); à Hiper-realidade (combinação de realidade virtual, realidade física, inteligência artificial e inteligência humana).

1.5 - Arte Digital

O objetivo da arte digital é criar, por intermédio de *softwares* e *hardwares*, num cenário virtual, produtos de arte de diferentes géneros (como a pintura, a impressão, a modelagem, a fotografia, a animação, o vídeo digitais). Teve o seu prenúncio há, sensivelmente, meio século. Tomemos como referência a exposição realizada em 1965, na cidade de Estugarda, *Computergrafik. Georg Nees*. Desde então, pelos contributos que o desenvolvimento da tecnologia permitiu, a arte digital tem atingido patamares artísticos bastante consideráveis nas áreas da criatividade e da inovação. Podemos, assim, entender de arte digital toda a produção artística produzida pelo computador, descritas por um sistema binário, em que se combinam, essencialmente, os conhecimentos da ciência e da tecnologia, como da matemática e da informática. De uma afirmação de Weibel⁸, numa conferência organizada pela Fundação Eugénio de Almeida, em Évora, podemos conceber que “estas máquinas são vistas como extensões dos nossos órgãos naturais, como o olho ou o ouvido. A roda é uma extensão do pé, o computador uma extensão do sistema nervoso” (2014: 42). Nesta conceção ideológica, a utilização do computador e da Internet dota a obra de arte de um poder conceptual. Como afirma Lieser, “pertencem à arte digital as obras artísticas que, por um lado, têm uma linguagem visual especificamente mediática e, por outro, revelam as metacaracterísticas do meio” (2009: 13).

Atualmente, pelo número vasto de utilizadores de *softwares* como o Youtube ou o Flickr, podemos supor a universalidade e multiplicidade de utilizações criativas dos meios digitais. Contudo, ainda se revela muito controverso e contestado este emergente género artístico, não tanto pelas potencialidades criativas que torna possível, mas pela forma e pelo meio virtual com que se criam. Uma *plotter* conseguirá substituir a mão humana? O que nutre a ciência e a arte em comum? A seguinte teoria parece-nos bastante elucidativa:

⁸ Peter Weibel (1944) é um poeta, artista e teórico austríaco. Pioneiro, nos anos 60, da arte computacional, da performance e do vídeo. É também diretor do Centro para a Arte e Media (ZKM), fundado em 1989 e situado em Karlsruhe, na Alemanha. O ZKM é considerado um dos mais importantes museus no que concerne à conservação e pesquisa dos Media Arts.

“E, se por um lado, o cientista descobre o prazer da compreensão racional fundada inicialmente pela curiosidade e atinge o seu objetivo final no conhecimento e, se por outro, o artista fornece a sua experiência estética onde a consciência perceptiva é exercida pela sua própria satisfação, o par Arte e Ciência, são dois aspectos de busca do Homem para compreender a Realidade, realidade com faces de dimensões múltiplas e variadas. E é nesse confronto complementar – Homem-Realidade – que se criam as fisionomias culturais de cada época.” (Santos, 1993: 14)

O computador foi e continua a ser uma ferramenta de trabalho e um instrumento de partilha de informação que revolucionou o mundo de forma radical. A partir de 1940 que não para de facilitar todo um processo de cálculo, de armazenamento e partilha de conteúdos. Só no final dessa década surgiram os primeiros enquadramentos teóricos acerca da produção e impressão gráfica do computador. Salientamos, dessa ocorrência, o filósofo alemão Max Bense, também autor de alguns desenhos baseados em algoritmos e impressos em *plotter*. Uma primeira dificuldade seria o acesso ao computador, tratando-se de equipamentos pesados que ocupavam grande espaço. Devem-se a este autor e a Abraham A. Moles algumas publicações fundamentais acerca da simbiose entre arte e o computador. De salientar que as primeiras manifestações gráficas feitas por computador foram executadas por cientistas e não propriamente por artistas. Mas a sua utilização para fins de criação artística estava um pouco longe de ser evidente. Só quando os artistas e cientistas aceitaram colaborar em projetos comuns é que começou a surgir um desenvolvimento mais frutífero e mais completo. A partir de 1960, com a criação dos primeiros gráficos informatizados, essa realidade começou a ganhar alguma nitidez, apesar de ter ocorrido numa época em que a arte psicadélica e o espírito subjetivo foram adversas à sua proposta concetual. Em 1965, ocorrem duas importantes exposições na Galeria Wendelin Niedlich de Estugarda, realizadas pelos matemáticos Georg Nees e, uns meses mais tarde, por Frieder Nake. No mesmo ano, nos Estados Unidos da América, o engenheiro e professor universitário Michael Noll realiza, na Howard Wise Gallery de Nova Iorque, a exposição *Computer Generated Pictures*, conjuntamente com composições de Béla Julesz, um neurocientista visual e psicólogo experimental nas áreas da perceção humana. Estas datas e estes acontecimentos tornaram-se marcos importantes para assinalar um começo vanguardista daquilo que hoje chamamos de arte digital. Alavancou a mudança de todo um conceito de estética e produção artísticas, um pouco semelhante ao que aconteceu com a

fotografia em relação à pintura nos finais do século XIX. O computador torna-se, assim, num símbolo máximo da cultura pós-moderna.

No final de 1960 e início de 1970, algumas galerias já aquiesciam na sua programação cultural a arte digital. Servem de exemplos máximos a exposição *Cybernetic Serendipity*, que se realizou em Londres, em 1968; a exposição internacional promovida por Käthe Schröder, diretora de uma galeria em Hanôver, e o Goethe Institut. Muitas outras exposições foram realizadas abrangendo vários campos da arte, como a música, a literatura, a dança ou a escultura. Em alguns casos, continuou a haver o auxílio e a utilização dos meios tradicionais (desenho e esboços). As experiências gráficas por computador executaram-se um pouco por todo o mundo. Nomes como Hiroshi Kawano, do Japão; Herbert W. Franke (autor dos primeiros oscilogramas pendulares, em 1955 e 1956) e Manfred Mohr, da Alemanha; Charles Csuri (autor do famoso desenho modificado *Sine Curve Man*), dos Estados Unidos da América; Max Bill, da Suíça; François Morellet, da França, comprovaram isso mesmo. Evidenciamos, como acontecimentos de grande relevância, as primeiras animações elaboradas em computador por A. Michael Noll, em 1965 e a publicação do livros *Arte por Computador* (1975), e *Estuarda* (1978), pela empresa IBM, grande impulsionadora no desenvolvimento do computador e das artes digitais.

Os meios de comunicação, como as revistas especializadas, tiveram a partir de 1970 uma participação inegável na divulgação da arte digital. Foram também publicados imensos livros que ficaram como referências na área. *Computergrafik*, *Computerkunst*, de Herbert W. Franke, publicado em 1971, é um deles. Este livro é conclusivo na ideia que a arte digital não é uma arte transitória, mas que veio para ficar para o milénio seguinte. As sucessivas publicações e abordagens ao tema reforçaram isso mesmo, especialmente em 2000, na revista *Artbyte*, consagrada à Digital Art & Culture e em 2001, na revista *Artnews*, o artigo “Digital Art Comes of Age”.

Em 1980, com o aparecimento do computador Commodore C64 (que teve grande nível de comercialização ao público), surgem novas opções tecnológicas. Com o novo interface de utilizador, é agora possível trabalhar graficamente uma imagem, especificamente através do Picture Processing. Em 1981, surge o primeiro computador pessoal da marca IBM e, em 1984, a comercialização do primeiro Macintosh. Nesta época, a área da robótica começou a ser trabalhada com grande interesse. O primeiro robot interativo (*Helpless Robot*) surge em 1987. O ano de 1980 foi também assinalável devido à implementação de um programa de correio eletrónico, desenvolvido por

Robert Adrian, Bill Bartlett e Gottfried Bach, com a designação de Artex, e do primeiro *software* 3D e *software* generativo.

Em 1993 surge a WWW (World Wide Web), com o navegador gráfico Mosaic. A Internet possibilitou o progresso para a arte digital na sua mais completa manifestação, centrada sobretudo na capacidade de comunicação e partilha de informação. “A novidade que a Internet traz às *media arts* é a mudança da estética da produção para a estética da distribuição” (Weibel, 2014: 44). A partir de 1994, um conjunto de artistas (como Vuk Ćosić, Alexei Shulgin ou Olia Lialina), no domínio das novas potencialidades da Internet, cria a net.art, direcionada para as instalações interativas, como serve de exemplo o trabalho *Legible City*, de Jeffrey Shaw.

Os festivais, os prémios e as feiras vieram a promover e a incentivar de forma crucial a arte digital. Os festivais, como a Ars Electronica (desde o ano de 1979), o *transmedia* ou a ISEA (Inter-Society for the Electronic Arts); o Ars Electronica Center, como museu; o SIGGRAPH (Special Interest Group Techniques), como feira dedicada aos grafismos por computador, foram responsáveis pelo crescente entusiasmo à volta desta nova produção tecnológica. É possível concluir daqui, tal como refere Wiebel que “o triunfo dos novos media artísticos não está apenas na criação de obras de arte baseadas em novos media mas também na transformação da prática das disciplinas artísticas clássicas” (2014: 42).

No virar do milénio, instituições de grande sonância como o Walker Art Center ou o Whitney Museum of American Art, nos Estados Unidos da América, acolheram exposições de enorme relevo de forma a sensibilizar o grande público para estas questões estéticas recentemente originadas pelas novas tecnologias. Da mesma forma ocorreu na Alemanha, com a exposição *Naturlichkunstlich* (que significa, em português, Arte Virtual), onde foram apresentados trabalhos, sobretudo, em 3D. Nos anos seguintes muitos foram os progressos e trabalhos artísticos realizados, dignos de uma autêntica revolução, não só no campo da arte, mas também refletidas em todas as áreas que dizem respeito ao homem contemporâneo.

1.5.1 - Computação Gráfica

A computação gráfica significa uma criação de dados, gerados como representações algorítmicas por um computador, respeitantes a uma informação digital por forma a

recriar a realidade física. Inclui-se neste processo todo o processamento de dados, desde a sua conceção e/ou captura, modelagem e modificação, à sua visualização final. Existe um número elevado de finalidades e aplicabilidades deste recurso: *interfaces* gráficos variados, animações gráficas ou jogos interativos e em áreas bastante diversas como a arte (nomeadamente na *web* arte ou o *design* visual); na arquitetura e na engenharia (na elaboração de projetos visuais de forma a facilitar a relação entre o arquiteto e o cliente); na indústria do cinema (na produção de efeitos especiais e tratamento de imagens); nos jogos; nas ciências médicas (na produção e leitura de exames como, por exemplo, a radiografia ou a tomografia), entre outras áreas.

1.5.2 - A Imagem Digital

Uma imagem digital, por sua vez, é entendida como uma representação bidimensional, constituída por uma linguagem binária codificada que permite a sua transmissão, impressão ou armazenamento, através de um processamento eletrónico.

Admitem-se dois tipos de imagem digital: imagem de rastreio (também designada por *raster*, *bitmap* ou matricial), isto é, uma representação bidimensional de uma dada imagem através de um conjunto de pontos ou pixéis matematicamente definidos (pixel – combinação de *picture* e *element*) formando uma matriz ou malha; e imagem vetorial, ou seja, desenhos técnicos, compostos por retas, curvas e pontos, destinados, principalmente, à impressão em *plotters*.

A imagem de rastreio é constituída por um conjunto de pontos compostos por uma proporção relativa de cores. No modelo mais usual RGB (sigla das 3 cores constituintes, em inglês) são o vermelho, o verde e o azul. Podemos considerar outros modelos de cor, como o CMYK (sigla das 4 cores constituintes: Cyan, Magenta, Yellow e Black) e o HSB (sigla dos 3 valores que possibilita: Hue, Saturation, Brightness). A qualidade gráfica de uma imagem digital depende da quantidade de pixéis por polegada (PPIs) – resolução da imagem – e o número de pixéis horizontalmente e verticalmente – tamanho da imagem. Por estas razões, uma imagem de rastreio possui um tamanho de arquivo muito superior à imagem vetorial. Com o arquivo de imagem de JPEG (Joint Photographic Experts Group), usualmente utilizado para comprimir imagens fotográficas, a imagem original sofre uma compactação e uma consequente perda de

dados, o que não acontece com uma imagem em *bitmap* (arquivo com a descrição de cada pixel).

Existem outros formatos de ficheiros de imagem. Enumeramos, como exemplos mais usuais, o formato BMP (Bitmap File), ficheiro que armazena os pixéis em quadros de pontos e permite a gestão das cores; o formato GIF (Graphics Interchange Format), frequentemente usado na *web*, uma vez que permite imagens (fixas e animadas) com grande resolução; o formato PCX (PiCture eXchange), que faculta uma flexibilidade de compressão e uma troca e armazenamento de imagens; o formato PDF (Portable Document Format), que permite guardar documentos dotados de texto, imagens e gráficos, ocupando um tamanho relativamente pequeno de espaço; o formato PNG (Portable Network Graphics), criado para substituir o formato GIF; o formato TIFF (Tagged Image File Format), ficheiro gráfico que armazena imagens em *bipmap*, sem grande perda de dados, e que suporta imagens com cores não-indexadas.

1.5.3 - Pintura Digital

Este processo de ilustração por computador veio a surgir como alternativa ao trabalho manual do pintor ou ilustrador. O *software* permite um leque de opções ao nível do tratamento gráfico na tela virtual onde a figura é exibida, bem como um conjunto de transformações cromáticas e outros suplementos visuais. Um programa pioneiro nesta área da computação gráfica foi o SuperPaint, criado por Richard Shoup, em 1972, para a empresa Xerox PARC. Uma das particularidades deste programa foi possibilitar a edição de vídeo e a execução de animação digital. Foi também o primeiro a possuir o sistema de *anti-aliasing*, ou seja, transformar uma linha reta inclinada num traço com a forma ziguezagueante. Este recurso foi bastante utilizado para produzir ilustrações para jogos de vídeo e, mais recentemente, aproveitado na produção cinematográfica.

1.5.4 - Impressão Digital

Método de impressão que consiste na passagem de dados digitais do computador para outro equipamento (impressora). As inaugurais exposições de gráficos feitos por computador, especialmente a partir de 1960, eram integralmente compostas por

desenhos impressos por uma *plotter*. Antecedendo a impressora a jato de tinta, existiu a impressora de matriz de pontos e a impressora de sublimação.

1.5.5 - Modelagem Tridimensional

Processo pelo qual é produzido, através de uma representação matemática, determinado objeto, forma, cenário ou outro elemento com características tridimensionais (3D). Alguns dos programas informáticos mais utilizados são: SketchUp, Maya, Cinema 4D, 3ds Max, Blender, ZBrush. O cinema começou por usar a técnica dos óculos 3D para produzir visualmente no espetador esse efeito tridimensional. Atualmente, este efeito é reconstruído através de *softwares* 3D específicos. Basicamente, esse fenómeno visual é explicado como sendo uma percepção de uma imagem estereoscópica, isto é, o resultado sensorial do conflito de duas imagens duplicadas horizontalmente, com uma certa distância entre ambas, pertencentes ao mesmo objeto ou figura do mundo real ou recriado por um computador. A este fenómeno dá-se o nome de paralaxe. Existem quatro variedades: paralaxe zero, paralaxe positiva, paralaxe negativa e paralaxe divergente.

1.5.6 - Fotografia Digital

Obter uma fotografia, com o processo digital, tornou-se mais rápido e acessível para qualquer pessoa, suprimindo a necessidade de todo um processo moroso de revelação. Esta opção está disponível, para além das câmaras digitais, em qualquer telemóvel, tornando o ato fotográfico num hábito quase diário e banal. Uma prova disso são as *selfies* individuais ou de grupo, autorretratos que são, usualmente, exibidos nas redes sociais. Os novos recursos tecnológicos permitem muitas operações, como por exemplo: fotografar, editar, partilhar na *web* ou por *e-mail*, imprimir, expor em blogues. Existe no mercado uma grande variedade de *softwares* de tratamento e edição de imagem, e que surgem como complemento criativo da fotografia, tais como o Adobe Photoshop, o GIMP, o Paint.Net, o Picasa.

Uma rede social de armazenamento, aplicação de filtros digitais e partilha de fotografias e vídeos muito usados atualmente é o Instagram. Permite, também, através de outras redes sociais virtuais, como o Facebook, o Twitter, o Tumblr ou o Flickr.⁶, a exibição visual para outros usuários.

1.5.7 - Animação Digital e 3D

O termo animação, segundo o dicionário do português atual Houaiss, deriva etimologicamente do latim *animatio*, *ōnis* (significa: a qualidade de um ser animado, animação; ardor).⁹ Animar é trazer à vida, portanto. Criar animação é gerar, através da computação gráfica, uma imagem individual em movimento, reproduzindo-a em diferentes *frames* ou quadros com as variações de posição correspondentes à história pretendida. Pode-se aplicar uma velocidade de transição entre fotogramas (em inglês, *frame rate*) de acordo com o ritmo desejado. A velocidade foi padronizada, no ano 1929, em 24 fotogramas por segundo (fps).

A *web* é um espaço onde este tipo de animação gráfica é muito comum. Um dos formatos mais utilizados é o GIF (Graphic Interchange Format) e permite a exibição simultânea de 256 cores. Outros formatos vieram a potenciar esta opção gráfica, como o Adobe Flash (criação da Macromedia), de extensão ".swf" (Shockwave Flash File). Este programa permite a inserção de dados áudio e a criação de animação interativa. Atualmente, o Adobe Flash – cujos trabalhos realizados são frequentemente usados na propaganda animada (*banners*) –, tem compatibilidade com outros *softwares* da Adobe, como o Adobe Illustrator ou Adobe Photoshop, bem como as ferramentas necessárias para a criação de animação em 3D.

A animação computacional 3D é um dos grandes trunfos da arte digital. Uma das primeiras manifestações neste sentido é da autoria de Charles Csuri, no ano de 1967, e reproduz o adejar de um beija-flor. Poucos anos mais tarde, também Yoichiro Kawaguchi realizou algumas experiências neste sentido com trabalhos que exaltavam uma riqueza cromática e fluidez de formas.

Na atualidade, vários são os exemplos onde o processo de 3D foi aplicado. O exemplo mais imediato vem do cinema. Um dos primeiros filmes a abordar esta técnica de forma contundente, totalmente produzido em computador, foi Toy Story, lançado em 1995, realizado por John Lasseter. Outro grande exemplo onde a técnica de 3D e o recurso Internet convergiram foi o Second Life, um ambiente virtual e tridimensional, onde o

⁹ **Animação** s. f. (sXV) ato ou efeito de animar (-se) **1** ação ou efeito de dar alma ou vida a **2** vivacidade, brilho **3** sentimento de exaltação; alegria, entusiasmo **4** atividade intensa; bulício, movimentação **5** técnica de produzir a ilusão de movimento a partir de imagens fixas, vistas em rápida sequência, através de dispositivo mecânico, ótico, cinematográfico, eletrônico etc. **5.1** CINE gênero cinematográfico que consiste na produção de imagens em movimento a partir de desenhos, bonecos ou quaisquer objetos filmados ou desenhados quadro a quadro **6** RÁD TEAT TV atividade e técnica de conduzir um programa de variedades numa rádio ou numa televisão, ou um *show* em casas de espetáculo. In **VILAR**, Mauro de Salles (dir) (2011), *Dicionário do Português Atual Houaiss*, Vol. 1: A-F, Lisboa, Círculo de Leitores; Sociedade Houaiss – Edições Culturais, p. 176.

usuário, por meio de um avatar, pode experimentar uma “segunda vida”. Foi desenvolvido pela empresa Linden Research e lançado ao público em 2003.

1.5.8 - Vídeo Digital

O vídeo digital (Digital Video, DV, em inglês) é um recurso tecnológico com capacidade de armazenamento, qualidade gráfica e desempenho muito superiores aos recursos analógicos Hi-8 e S-VHS. O formato DV foi lançado ao público em 1996 e desenvolvido por um conjunto de cinquenta empresas. Existem vários formatos diferentes: DV, MiniDV, DVCAM, Digital8, DVCPRO, DVCPRO50 e DVCPRO HD.

A edição vídeo consiste num procedimento de corte e edição de imagens em movimento, capturadas por um recurso eletrônico (digital ou analógico). A sua edição pode ser feita de forma linear (através de um sistema interligado de reprodutores e sistemas de gravação, sendo o acesso às imagens sequencial) e de forma não linear (de acesso imediato, não obedecendo a nenhuma ordem pré-estabelecida, uma vez que todo o processo é executável no computador, isto é, em meio digital).

Existem, de fácil acesso, vários *softwares* de edição de vídeo, como o Windows Movie Maker, o VirtualDub, o Wax, o Avidemux6, o Blender, entre outros. Contudo os mais frequentemente utilizados são: YouTube Video Editor, o Vegas Movie Studio HD, o DVD Shrink, o Windows Movie Maker, o Super DVD Video Editor, o Adobe Premiere Pro, o Movavi Video Editor, o VideoPad Video Editor, o Eyespot. Muitos destes recursos são gratuitos e com interfaces relativamente intuitivos para o usuário não-profissional.

1.5.9 - Net Art e Software Art

O termo *net.art*, com esta grafia, foi uma expressão, que entretanto se popularizou, da autoria do artista Vuk Ćosić, pioneiro e referência neste género artístico. De forma muito simples, podemos definir Net Art toda a arte que é produzida na Internet para ser exibida por este recurso. Este meio tecnológico funciona, neste caso, como uma galeria virtual. Desde o seu aparecimento em 1994, a WWW constituiu-se como um expediente tecnológico de grande valia para criar arte e ao mesmo tempo divulgá-la a um número muito extenso de pessoas, sem grandes dificuldades ou condicionalismos impostos pelo mercado da arte tradicional. A Net Art veio a revolucionar não só a própria obra de arte

enquanto produto, mas todo o processo de divulgação e acesso a esta, através do movimento de interatividade global da arte contemporânea. O espectador torna-se assim, enquanto usuário desta tecnologia, num participante ativo, capaz de alterar esteticamente e ideologicamente a obra de arte em função do seu interesse. A Net Art é assim, fundamentalmente, uma experiência multimídia, virtual e interpessoal. As obras produzidas na Internet têm uma relação com as obras de arte produzidas fora da Internet, e anteriores a esta, também. Podemos incluir desde pinturas à literatura, passando pela arquitetura, até ao cinema e vídeo.

O termo Software Art surgiu no seguimento do fenómeno Net Art, a partir de 1990. A diferença entre ambos é que o Software Art não necessita, irredutivelmente, da Internet. É baseado, sobretudo, na criação e desenvolvimento de programações de *software* ou no produto final visualizável numa tela física. Um dos autores de referência neste campo foi Manfred Mohr, de que salientamos o *space.color*, um cubo colorido de seis dimensões que realiza múltiplas rotações e trajetórias num ecrã. Um outro autor de grande referência nesta área é o artista britânico Harold Cohen, criador da AARON, um programa de computador investido de inteligência artificial, capaz de produzir autonomamente imagens. O fator inteligência artificial torna-se assim preponderante para entender-se as potencialidades e as controvérsias do conceito Software Art, que desvia o foco de apreciação ao produto artístico final, direcionando-o mais para a programação que o originou.

1.6 - Ambiente Virtual e Tridimensional: Second Life

Este recurso virtual e tridimensional foi criado em 1999 e teve como data de lançamento inicial o ano de 2003. É da responsabilidade da empresa Linden Research, Inc. O conceito baseou-se na ideia da autoria do romancista Neal Stephenson, especificamente no livro *Snow Crash*, publicado em 1992. O *software* interativo Second Life (SL) propõe ao usuário ser protagonista virtual num jogo que simula a vida real. Em 2010, foi disponibilizada com a tecnologia web 2.0 para os residentes. Este meta-universo pode ser experimentado nas mais diversas circunstâncias sociais e interesses pessoais, sob uma identidade fictícia paralela à vida real. Cumpre-se, desta forma, o desejo humano de criar e controlar ilimitadamente a existência de todas as coisas, incluindo ele mesmo.

Cada avatar¹⁰ está inserido em ilhas, diferenciadas por assunto ou por tema, e numa comunidade. O jogo *on-line* apresenta uma linguagem própria, cujos termos e gestos vão sendo aprendidos ao longo da experiência virtual. Este método de aprendizagem é tão eficaz que algumas instituições de ensino superior tentaram usar o SL como meio de ensino de línguas estrangeiras. Contudo, o grau de sucesso, comparado com o número total de participantes registados, que chegou, no ano de 2008, ao pico dos quinze milhões, foi sempre diminuto. Por outro lado, é de salientar que, como rede social que também é, não deixou de estar propenso à tendência dos seus usuários praticarem atos de violência e de abusos vários, não só pela liberdade que estes recursos fomentam, como pela falta de controlo que estes meios evidenciam.

Apesar de ter havido nos últimos anos um decréscimo de utilizadores – prova de que estes fenómenos são momentâneos – neste ambiente virtual (muitos deles migraram para outras redes sociais, como o Facebook ou o Twitter), é um exemplo contundente de uma plataforma 3D que apela sensorialmente e psicologicamente a um meta-universo que provoca o usuário, por meio do seu avatar, a experimentar uma realidade alternativa à sua própria. Para além da qualidade dos seus grafismos, o SL tem muitas outras características que o dota de um maior realismo. Por exemplo, o usuário pode comprar dinheiro virtual (Dólares Linden) que pode gerar lucro no jogo – através da criação de arte, construção imobiliária, serviços sociais para outros avatares, comercialização de produtos variados – e reconverter-se novamente em dinheiro verdadeiro. Existe, tal como na vida real, uma sociedade de consumo e uma economia virtual. Não há mortes imediatas nem danos físicos incapacitantes e permanentes para os avatares, mas há troca de cabelo, de formas e características anatómicas. É possível adquirir, pela compra ou de

¹⁰ **Avatar** *s.m* (1871) **1** REL na crença hinduísta, descida de um ser divino à terra, em forma materializada **2** processo metamórfico; transformação, mutação **3** INF imagem que representa um utilizador em determinados jogos ou comunidades virtuais. ETIM fr. avatar ‘descida’. In **VILAR**, Mauro de Salles (dir) (2011), *Dicionário do Português Atual Houaiss*, Vol. 1: A-F, Lisboa, Círculo de Leitores; Sociedade Houaiss – Edições Culturais, p. 295.

Avatar vem do sânscrito Aval, que significa "Aquele que descende de Deus", ou simplesmente "Encarnação". Qualquer espírito que ocupe um corpo de carne, representando assim uma manifestação divina na Terra. A melhor definição vem de um antigo escrito indiano, Vedas: "Avatara, ou a encarnação da Divindade, descende do reinado divino pela criação e manutenção da manifestação em um corpo material. E essa forma singular da Personalidade da Divindade que então se apresenta é chamada de encarnação ou Avatara. Tais Personalidades estão situadas no mundo espiritual, o reinado divino. Quando Eles transcendem para a criação material, Eles assumem então o nome Avatara." - Chantajar-caritativa 2.20.263 - 264.

“Essa palavra Avatar se tornou popular entre os meios de comunicação e informática devido às figuras que são criadas à imagem e semelhança do usuário, permitindo sua "personalização" no interior das máquinas e telas de computador. Tal criação assemelha-se a um avatar por ser uma transcendência da imagem da pessoa, que ganha um corpo virtual, desde os anos 80, quando o nome foi usado pela primeira vez em um jogo de computador”. In Wikipédia, a enciclopédia livre. [Consultado em 28-10-2014], disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Avatar>

acesso gratuito, novos gestos, troca de sexo ou de bens materiais. O definhamento é nivelado pela gradual perda de energia, que pode ser restaurada.

Neste mundo virtual, e no que concerne à arte, os avatares tanto podem assumir-se como artistas como diretores de galerias. “Em 2007 havia mais de trezentas galerias neste ambiente. Quanto à venda de arte em Second Life, manifesta-se cruamente o problema do original e as múltiplas formas de reprodução que este encerra” (Lieser, 2009: 119). No entanto, o SL possui alguns artistas, como Gazira Babeli ou Eva e Franco Mattes, que transportaram para o mundo real a sua produção artística digital, por vezes como crítica e, outras vezes, como protesto. Execuções artísticas como Synthetic Performances (que são reinterpretações de performances reais) asseveram isso mesmo. Podemos dizer que SL é mais do que um ambiente virtual (como é o CAVE)¹¹ ou um jogo interativo. “A vida num mundo virtual é na realidade um acto artístico contínuo: conta-se uma história. Transformar a vida numa obra de arte, o sonho partilhado por todos os vanguardistas” (*Idem, Ibidem*: 125).

1.7 - O Caso Paradigmático do Digital Art Museum

Criar e expor uma obra de arte é, atualmente, uma demanda não mais apartada da tecnologia quanto nunca o foi da técnica. Novas janelas foram abertas perante o brilho obcecante da arte digital. Abertas quer para fora, quer para dentro, ao ponto de não se saber onde fica um lado e outro. Novos espaços foram criados para abarcar essa nova arte, diferentes do que outrora vigoraram, mas semelhantes na sua essência: deixar que a arte exerça no indivíduo o que a natureza exerce sobre toda a existência racional, ou seja, apelar ao seus sentidos, recriá-los se necessário for.

Podemos, quando falamos em espaços de divulgação de arte, eleger o museu como lugar privilegiado. Naturalmente que a arte digital necessita de um espaço virtual para que a sua divulgação e partilha se efetuem. No entanto, teremos de distinguir dois tipos de museus que usam as novas tecnologias para esse fim. Temos, por um lado, o museu tradicional (que existe em espaço físico de forma permanente, aberto ao público e que conserva, estuda e difunde a obra de arte) mas que, simultaneamente, usa o recurso

¹¹ CAVE Acrónimo de Cave Automatic Virtual Environment (traduzido como «Caverna digital»). Baseia-se numa ideia do artista e investigador americano Daniel J. Sandin para criar um espaço virtual. CAVE é uma caixa fechada em que se cria a ilusão de um espaço virtual de carácter tridimensional, através da utilização de óculos 3D e de diferentes projecções em paredes e no chão. In LIESER, Wolf (2009), *Arte Digital*, H. F. Ullmann, p. 275.

tecnológico para complementar essa divulgação. Museus de referência como o Moma (Museu de Arte Moderna de Nova Iorque), o Tate Britan ou o Tate Modern (Museus de Arte Moderna de Londres), o Museu do Louvre (situado em Paris), o DDR Museum (museu interativo situado no centro de Berlim), entre muitos outros, usam o meio digital, tal como ferramentas e *softwares* – de que salientamos o Deep Zoom, aplicado no museu Casa das Histórias de Paula Rego –, de forma a possibilitar visitar o espaço virtualmente. Por outro lado, temos o museu digital, de que evidenciamos o DAM (Digital Art Museum)¹², um recurso *on-line* que divulga a arte digital e os seus principais artistas desde 1956. “Funciona como uma plataforma de informação e um arquivo internacional de arte digital” (Lieser, 2009: 273). Este museu digital está situado no ciberespaço. Mantém com o visitante uma interação e mediação totalmente virtuais. A natureza do seu espólio, também digital, espelha o grande propósito do DAM: dar relevo e destaque à arte digital. Partilha com o museu tradicional o mesmo intento: permitir o livre acesso à cultura. Mas diverge nos processos. Primeiro, porque a arte digital não se integra em nenhum círculo elitista de exclusividade, promovendo de forma mais incisiva a democratização do acesso à arte. Segundo, porque permite que o usuário participe na construção dessa mesma obra de arte, colocada em rede colaborativa e interatuante. Terceiro, porque rejeita a condição da posse individual e restrita do original ao reformular todo o conceito de propriedade e de consumismo e, em larga escala, os padrões do conhecimento e os modelos de sociabilidade. Porém, toda a arte digital necessita de um espaço físico semelhante ao museu tradicional, para além do seu próprio espaço virtual, para expor algumas conceções artísticas híbridas, como são as instalações. Nesta lógica, há sempre uma dependência entre estes dois domínios: real e virtual. Neste fluxo é possível interpretar a correlação mágica que existe entre a matéria e a sua existência etérea, entre o objeto e a sua ideia, como se dupla fosse a sua uniformidade e transfiguração a sua permanência.

O DAM reúne um considerável acervo digital de produções artísticas feitas em computador, onde se incluem entrevistas, biografias, artigos críticos, assim como um friso cronológico dos eventos históricos mais marcantes e significativos. Este museu virtual é destinado a todo o público que usa as novas tecnologias e a Internet, assim como aos curadores e colecionadores, aos estudantes e investigadores. Destina-se, de

¹² <http://www.dam.org/>

igual modo, à geração emergente de artistas digitais que anseiam produzir e expor as suas obras e/ou ideias.

CAPÍTULO 2 – A MANHÃ OU A TRANSFIGURAÇÃO IMAGÉTICA

Transfiguração

*Tens agora
outro rosto, outra beleza:
Um rosto que é preciso imaginar,
E uma beleza mais furtiva ainda...
Assim te modelaram caprichosas,
Mãos irreais que tornam irreal
O barro que nos foge da retina.
Barro que em ti passou de luz carnal
A bruma feminina...*

Miguel Torga, *in Antologia Poética*

Surge o presente capítulo como contributo para conhecermos com mais profundidade o motivo, as imposições e/ou condições que levam o processo de virtualização da obra de arte a tomar as dimensões simbólicas de uma transfiguração imagética. Convoca este capítulo o termo Manhã, servindo de ascensor e mosquetão, mas sobretudo de cordata, na escalada simbólica do nosso intento. A Manhã, na perspetiva bíblica, sugere o instante das graças divinas e da equidade humana. Simboliza, também, segundo o *Dicionário dos Símbolos*, “o tempo em que a luz é ainda pura, os indícios onde nada ainda está corrompido, pervertido ou comprometido” (Chevalier; Gheerbrant, 2010: 436). A manhã exorta, portanto, o tempo da pureza e do compromisso, do divino e da confiança. Tal como no rochedo de Eco ou no cimo do Monte Tabor, procuraremos a transfiguração da arte no topo das mais recentes tecnologias de comunicação: a Internet. Começaremos com uma abordagem ao conceito de Imagem, particularizando sobre a sua vertente pictórica e sob uma perspetiva cronológica. Abordaremos, posteriormente, questões como a manipulação, a vulgarização, a interpretação e a espiritualidade da imagem. Este último assunto abrir-nos-á o tema da Transfiguração, mais propriamente sobre o episódio bíblico narrado por S. Mateus e, em seguida, sobre o mito *Eco e Narciso*, de Ovídio. Terminaremos com o tópico *Transfiguração Virtual da Arte*. Teremos como principais referências os seguintes autores: Abraham Moles (1990); Pierre Bourdieu (1996); Michel Tibon-Cordillot (1997); René Huyghe (1998); Pierre Francastel (1998); Juan Eduardo Cirlot (2000); Henri Focillon (2001); Nicolas Bonnal (2001); Jean-Paul Sartre (2002).

2.1 - Primeiro Vislumbre – A Imagem

A percepção da imagem ocorre quando um determinado objeto, ou ideia, é captado visualmente, ou sensorialmente, pelo homem. Segundo a definição de Cirlot, em *Dicionário de símbolos*, é “um conjunto de formas e figuras dotado de unidade e significação. Como assinala a teoria da forma, tal e qual no caso da melodia musical, o todo é mais do que a soma das partes, por ser de certo modo origem e justificação das mesmas” (2000: 206).

Etimologicamente, o termo imagem deriva do latim *imago*, que remete para figura, imitação, sombra. No grego antigo equivale ao termo *eidos*, que por sua vez originou o termo *idea*, também *eidea*. É essencial que tenhamos em consideração que, à luz da concepção teórica de Platão, a imagem surge como uma projeção mental, iniciada no mundo das ideias e encaminhada para o mundo físico. No sentido inverso, de fora para dentro, Aristóteles considerou a imagem como um fenómeno resultante de uma apreensão sensorial de um objeto existente no real. Estas duas visões podem ser condensadas em dois conceitos antagónicos: idealismo e realismo, respetivamente. Mas na verdade, toda a apreensão de conhecimento culmina na elaboração imagética do seu significado mais elevado e mais amplo.

O termo imagem está imensamente associado a diversas áreas do conhecimento e campos de ação do homem (como exemplos: nas ciências exatas, nas ciências médicas, na literatura, nas diferentes artes, no *marketing*, na arquitetura, no jornalismo ou na moda). Admitimos que “l’image puisse être un vecteur de multiples socialités” (Rabot, 2007: 20). Na contemporaneidade, é imediatamente relacionado com a imagem em movimento, como é o caso do cinema e do vídeo, mais do que para a imagem estática ou fixa, como é o caso da fotografia, da pintura ou gravura. Evidência que se comprova na frequência do exercício publicitário nos mais diversos espaços, com enfoque mais penetrante nos novos média. Estas imagens jorram numa miríade estonteante de formas e configurações múltiplas, de grafismos vários e de elaborações cromáticas diversas, cercando vertiginosamente o indivíduo por todos os quadrantes, em vertentes estéticas propensas às numerosas interpretações e análises reflexivas. A exploração da imagem é cada vez mais uma prática corrente e necessária, de que se admite aflorar compreensões mais críticas e analíticas, pois toda a imagem transporta consigo, simultaneamente, a sua mensagem e dinâmica comunicacional. A capacidade de ler uma imagem é cada vez mais um requisito da sociedade da era da informação. O ensino é um exemplo crasso,

dado apoiar-se de forma consistente no recurso imagético e multimédia, como é o caso do banco de imagens *on-line* através dos mais variados *softwares* e dispositivos eletrónicos ou do método *e-learning* que as instituições académicas adotaram há já alguns anos. A comunicação e compreensão visual fazem-se, por estas razões, através de um conjunto de elementos e processos semióticos, que possibilita o entendimento de cada realidade cultural como se tratasse de um repertório de signos ou de um sistema de significação.

2.1.1 - A Imagem Pictórica

Entende-se por imagem pictórica toda a representação visual existente no mundo físico e/ou construída pela mão humana por intermédio de ferramentas específicas capazes de espriar um conjunto de pigmentos coloridos sobre um determinado suporte. Podemos agrupar neste processo vários domínios criativos como a pintura, o desenho, a gravura, a fotografia ou a arte gráfica digital, bem como a mistura destes. Também nas ciências exatas, como na matemática, o termo imagem significa a representação de objetos. Na literatura, a imagem é entendida como uma figura de estilo, englobando outras como a metáfora, a alegoria ou o símbolo, numa relação e finalidade analógicas.

A imagem pictórica pode abarcar o domínio figurativo (na representação material de algo existente na natureza, ou relativamente a esta concebida) e o domínio abstrato (cuja representação não se prende a nenhuma materialidade oriunda do mundo físico). Desde o seu tema à textura, passando pelas cores e pela distribuição dos seus elementos geométricos ou não geométricos, a imagem pictórica é embebida em poções de significação simbólica, capazes de transcender a mera expressão visual em simbolizações de imenso impacto estético – o termo “estética” deriva do grego *aistheliós* ou *aisthesis*, e significa sensação – e cognoscível. Alimentada pela espontaneidade e pelo automatismo, esta prática artística foi muito evidente no movimento artístico desenvolvido em França na segunda metade do século XX, conhecido por informalismo.

Se uma fotografia de uma paisagem tem maior iconicidade que um desenho da mesma paisagem, mesmo que meticulosamente retratada, é porque a mente humana necessita do maior vislumbre possível para que reconheça, com realismo, o mundo externo através da sua perceção. No entanto, a imagem só existe se produzir com o recetor um processo de comunicação. Para que uma dada comunicação seja possível são

necessárias três condições ou elementos: um emissor, uma mensagem e um recetor. Neste caso, a mensagem é caracterizada por ser visual, os outros elementos não poderão ser alheios ou deslocados da ocorrência iconográfica, tal como é necessário um conjunto específico de conhecimentos prévios que sirvam de código e que permita o fluxo da correspondência simbólica. Se a descodificação de um hieróglifo egípcio, tal como uma pedra de roseta ou uma estela funerária, aparenta ser completamente diferente do que ler um artigo e/ou fotografia da capa de jornal do dia, é porque a informação patente no jornal possui um carácter imediatamente analógico, implicando um outro nível de compreensão. O jogo das conotações faz-se neste processo. Um jogo de interpretação e de sedução iconológica, onde o lado estético da imagem transporta os sentidos para o reino do histórico-sociológico e alvitra o indivíduo ao caminho de regresso, mas de mão dada com propósito inicial da mensagem.

2.1.2 - A Imagem Pictórica – Uma Visão Cronológica

A imagem está presente em todo o lado, nos anúncios publicitários (cartazes, *outdoors*, placares, *posters*), nas páginas de revistas e jornais, nas obras de arquitetura e engenharia, no vestuário, nos meios de transporte, nos livros e nos objetos de veneração espiritual, em panfletos distribuídos na rua, na decoração doméstica, no cinema, na televisão, na Internet e até na imaginação.

No entanto, a imagem encontra na pintura uma morada muito rica, cuja evolução foi ao longo dos séculos pautada por imensas e profundas reformulações e reconsiderações da expressão visual e, conseqüentemente, culturais. A pintura (do latim *pictura*, “ato de pintar”, ligado a *pictus*, participio passado de *pingere*, “pintar, bordar”) foi e ainda se expressa como um dos principais exercícios artísticos para representar e compreender o ser humano, bem como a sua sociedade. Se o aparecimento da fotografia veio a romper com a primazia da pintura enquanto método de representar por imagens o mundo, figurativamente ou de forma abstrata, encontramos no momento anterior a esse conflito e insurreição alguns prenúncios de uma mudança radical, tal como verificamos em relação à arte digital. Com o aparecimento das novas tecnologias, a pintura não deixou de ser cultivada, mas passou a estar, paralelamente, integrada num conjunto de técnicas de produção gráfica e manipulação imagética, tal como aquando da prática dos dadaístas e dos artistas da *pop art*, de que destacamos o artista norte-americano Andy Warhol. O advento da computação gráfica desencadeou a ascensão exponencial desse

recurso. Até meados do século XX, os artistas tinham como preocupação predominante a representação pictórica associada a um tema, em correlação com o real ou com o imaginário – como demonstra a abordagem mitológica em algumas obras –, obedecendo, no entanto, a alternâncias de cor, forma e luz. Mas, com o surgimento da arte abstrata, os artistas passaram a estar mais direcionados para as realidades individuais expressivas, como foi o caso do russo Wassily Kandinsky (1866 – 1944), a partir de 1910, com a sua abordagem vanguardista em dialéticas criadoras com o não figurativo (de que propomos para contemplação a obra “Fuga”, óleo sobre tela, de 1914). A forma abstrata revelou-se como um meio para compreender o lado transcendental através de uma realidade pictórica concebida pelo artista e não através das formas reconhecíveis do mundo real, do cenário perceptível do quotidiano.

Se retrocedermos aos primórdios do Cristianismo, época em que vigorava a representação pictórica das personagens bíblicas – os ícones –, verificamos que antiga é a ideia de que a imagem é portadora da essência da coisa representada. Fossem em vitrais luminosos, em frescos resplandecentes, em mosaicos cintilantes ou retábulos escrupulosos, a imagem constituía-se como elemento de poder e persuasão. Obras como o fresco “Deposição” (1304 – 1311), de Giotto; os retábulos “A Majestade” (1308 – 1311), de Duccio di Buoninsegna e “A Adoração dos Magos” (1423), de Gentile da Fabriano, ilustram bem esse intento artístico.

Com o Renascimento, a partir do século XV, os artistas procuraram dotar a imagem de profundidade, conferindo à obra um lugar tridimensional. Nomes como Leonardo Da Vinci, Michelangelo, Sandro Botticelli, Giovanni Bellini ou Jacopo Robusti, também conhecido como Tintoretto, surgem como referências incontornáveis desse período. Os estudos da anatomia humana revelaram-se cruciais para uma mais profunda representação da figura humana. Os efeitos de luz, em especial o seu contraste e mistura com a sombra – designado por *esfumado* –, foi uma técnica que se evidenciou neste processo. Com o pintor flamengo Jan van Eyck, pioneiro do estilo gótico, o cariz naturalista da pintura mereceu um maior ênfase pictórico, prevalecendo os pormenores minuciosos e de cores e texturas vívidas. A noção de perspectiva teria aqui uma manifestação inequívoca. Mas foi em pinturas como o tríptico “O Jardim das Delícias”, criado entre 1503 e 1504, de Hieronymus Bosch, ou “A Boda de Camponeses (1568), de Pieter Bruegel, o Velho, que as representações do terreno, do humano e do fantástico mais se destacaram em relação às representações do divino. O autorretrato foi também um exercício muito frequente a partir do século XVII, de onde destacamos o pintor

italiano Michelangelo Merisi da Caravaggio, os pintores flamengos Peter Paul Rubens e Antoon van Dyck, o pintor espanhol Diego Rodrigues da Silva y Velázquez ou o pintor holandês Rembrandt Harmenszoon van Rijn, farto autor de retratos individuais e de grupo. A representação imagética de pormenores da vida quotidiana, como “Vista de um corredor” (1662), de Jan Vermeer (1632 – 1675) teve neste período uma clara manifestação, pelo uso de cores transparentes transformando as composições em narrativas pictóricas de grande realismo. Já os quadros decorativos tiveram no período do Rococó, século XVIII, um interesse preeminente, em especial em artistas como o pintor inglês William Hogarth ou o pintor francês Jean-Antoine Watteau, renovando o interesse pelos temas delicados e pastorais. No entanto, as obras de arte também serviram de enorme contestação e foram, em alguns casos, verdadeiros hinos picturais de revoluções sociais, como servem de exemplos as obras “Três de Maio de 1808 em Madrid” (1814), de Francisco de Goya, ou “A Liberdade Guiando o Povo” (1830), de Eugène Delacroix. O propósito de pintar a vida real começou por se mostrar na representação paisagística, numa reprodução que recusava o teor romântico e sentimental do estilo anterior, cobrindo de exatidão e justeza a transposição do real para a tela, de que ressaltamos os pintores Camille Corot, Jean-François Millet, Honoré Daumier, Gustave Courbet e Édouard Manet. Com o Impressionismo (termo derivado da obra "Impressão, nascer do sol", realizado em 1872, de Claude Monet), surgido em França no século XIX, tendo como outros principais artistas Edgar Degas, Auguste Renoir, Alfred Sisley e Camille Pissarro, a luminosidade e o movimento tornaram-se nucleares, onde a fusão das cores ficam ao critério e à capacidade da percepção do observador. Porém, a cor e bidimensionalidade voltariam a surgir como objetivos plásticos preponderantes para os pós-impressionistas, particularmente em artistas como Vincent van Gogh, Paul Gauguin, Henri de Toulouse-Lautrec ou Paul Cézanne. A obra “Janela Aberta”, produção fauvista de 1905, da autoria de Henry Matisse, é um exemplo claro.

É no século XX, com o Modernismo, ou seja, com o surgimento de inúmeros movimentos e estilos artísticos, que as artes ganharam uma entoação mais complexa e mais rica na sua diversidade. A designação de Modernismo converge de uma série de movimentos culturais e estéticos que se desenvolveram pela cumplicidade acérrima que as artes plásticas tiveram com a literatura. “No plano social e ideológico, o Modernismo é um movimento reactivo face ao devir massificado da sociedade burguesa e do seu fundamento capitalista” (Martins, 2008: 473). Esta nova conceção artística entendia

uma renovação da linguagem, explorando mais amplamente os poderes e as fronteiras da sensação, pela nova relação – suscitada em parte pela industrialização do mundo – entre o homem e o seu universo sensitivo. Podemos apontar alguns movimentos, como o Simbolismo ou o Impressionismo, como os principais impulsionadores desta nova filosofia modernista. Com os primeiros estudos científicos da psicanálise, com a revogação das crenças tradicionalistas e com o avanço tecnológico, que mudariam completamente o quotidiano dos indivíduos, o Modernismo veio, munido pelos vários géneros de arte, apelar ao belo que a nova realidade apelava. Com o seu grande epicentro na sensação – ou na ideia desta, “sendo a sensação o facto de consciência elementar provocado pela modificação de um sentido” (Simões, 2008: 159) –, este movimento proporcionou uma maior tomada de consciência daquilo que representa a individualidade ou a sua múltipla representação, assente na ideia de que “a realidade, para nós, é a sensação; outra realidade imediata não pode para nós existir [...] toda a actividade humana consiste na procura do absoluto” (Noronha, 2000: 106). Exemplos como o cubismo de Pablo Picasso, as teorias freudianas do inconsciente, os manifestos de Guillaume Apollinaire, a música de Arnold Franz Walter Schoenberg, o Expressionismo inspirado em Vincent Van Gogh, o Futurismo de Filippo Tommaso Godoy Marinetti, o Interseccionismo, o Paulismo, o Sensacionismo de Mário de Sá-Carneiro, e escritores como T.S. Eliot, Walt Whitman, James Joyce, Virgínia Wolfe, compõem este cenário artístico enquanto resultado dessa confluência ideológica.

É, portanto, através do sentir que se processa o conhecimento da vida, do mundo, dos outros, do eu, sendo necessário sentir/ser tudo para si mesmo, almejando a ubiquidade que transporta cada indivíduo, feito de miríades de sensações e imagens íntimas que (in) conscientemente proclamam a unidade e a ultimidade da verdade que a arte permite conhecer, ao passo que, como nos diz Pessoa, “a arte é a conversão de uma sensação em outra sensação” (1974: 129-130).

2.1.3 - A Manipulação da Imagem

Toda a imagem está sujeita a um processo de manipulação. Sempre o foi pela mão humana. Especialmente agora, com a ajuda de um conjunto vasto de utensílios e ferramentas de cariz tecnológico. Estas transformações são responsáveis pela construção de uma dimensão semântica que dota a mensagem visual de um poder incontornável,

posto que veicula através de si, para além de um significado ideológico, um conteúdo emotivo capaz de seduzir vulnerabilidades e despertar sentimentos. Entende-se por manipulação imagética a habilidade de alterar a composição de uma imagem, mas também a capacidade de criar uma imagem de algo que não existe no mundo real. A par desta aptidão para recriar o mundo, as tecnologias trouxeram consigo a vantagem de conservar, recuperar e reproduzir conteúdos. Esta é uma das grandes vantagens da era tecnológica e uma das principais exigências da sociedade atual. Se os tempos de hoje são entendidos como sendo uma «civilização da imagem» (expressão muito vulgarizada pela incomensurável difusão e fulcral hegemonia iconológica nos diversos meios de comunicação social), é porque existe uma consciência mais evidente desse fenómeno, que não é novo na história humana. O que mudou não foi tanto a necessidade de usar a imagem (vejamos, como exemplos, as pinturas rupestres, os vasos de cerâmica da antiguidade, as esculturas nos pórticos das catedrais, os incunábulo e livros de horas, os retábulos nos templos, as tapeçarias) mas o modo e o motivo como essa imagem é usada. A imagem deixou tanto de ser utilizada como elemento estético ou decorativo, de pendor quase romântico, e passou a ter com mais frequência um papel preponderante enquanto veículo informativo, provida de um poder interventivo, que ao nível político e económico, quer ao nível ideológico ou propagandístico (tomemos como exemplo a imensa publicidade que figura nos centros das grandes cidade, como Times Square nos Estados Unidos; Piccadilly Circus, em Londres; ou Hong Kong, na China). A evolução iconográfica e iconológica foi gradual ao longo dos tempos, paralelamente à crescente alfabetização e progressiva educação literária da população. Mas deu-se, sobretudo, de forma significativa, a partir da primeira metade do século XIX. Nomes como Joseph Nicéphore Niépce e Louis Jacques Mandé Daguerre (pioneiros da fotografia) ou James Clerk Maxwell (autor da primeira fotografia a cores, em 1861) justificam essa afirmação. A invenção da fotografia foi o primeiro passo, a televisão foi o primeiro salto, a Internet foi o primeiro voo. A imagem, democratizada, vê-se agora possuidora de três grandes vertentes: documental, artística e semântica, separadamente ou em simultâneo.

2.1.4 - A Vulgarização da Imagem

Uma nova questão, todavia, se alteia com este aumento exponencial do consumo iconológico. Com a vulgarização da imagem, o seu valor decresceu, a atenção do

público diminuiu, o espanto cedeu. Numa explicação psicossocial, podemos atribuir alguma falta de atenção ou interesse à exacerbada abundância de figurações que cercam o indivíduo, tornando-o alheio perante a profusão imagética facilmente disponível. De acordo com Huyghe no seu livro *Les Puissances de L'Image*, de 1965, “esta proliferação da imagem, encarada como instrumento de informação, precipita a tendência do homem moderno para a passividade” (1998a: 10). O excesso de ruído em torno de cada mensagem demonstra os níveis de desordem a que se sujeita um dado recetor, sendo necessário para combater esta entropia uma considerável redundância ou repetição da mensagem. Caso o recetor consiga prever a sequência elementar de uma dada mensagem é porque esta foi provida de uma redundância eficaz. Entende-se desta manifestação o processo *Gestalt* (termo de origem alemã e que significa *forma*), isto é, noção que remete para a perceção da forma, evoluindo para o termo *Gestaltpsychologie* (psicologia da forma), proposta pelo filósofo austríaco Christian von Ehrenfels. É através da previsibilidade do conteúdo informativo de uma mensagem que se obtém a consciência da sua forma.

Muitos foram os autores que se debruçaram sobre a teoria da imagem, em diversos campos de análise e perspetivas teóricas. Um exemplo de extremo relevo foi o caso da psicanálise, especificamente encetado por Sigmund Freud e, mais tarde, por Werner Kemper, incidindo sobre as imagens elaboradas durante o sonho e outras perceções oníricas. Com a «teoria informacional» de Abraham Moles, estabeleceu-se que cada mensagem é constituída por duas dimensões informativas de carácter diferente: a semântica, o que é dito; a estética, como é dito. Já a teoria da «estética informacional», desenvolvida por autores como Max Bense e Claude Shannon, propõe analisar os efeitos da mensagem artística transmitida pelo artista ao indivíduo recetor, integrados estes numa mesma esfera cultural, sendo possível obter a partir dessa experiência um relativo prazer estético.

Observar uma pintura através da *web*, na rapidez com que se procura num motor de busca, retira a surpresa e a expectativa que se cria durante uma viagem a um museu ou galeria tradicionais. A demora necessária para suprimir a escassez, neste último caso, alimenta de erotismo o desconhecido. Neste sentido, mais do que a capacidade psicológica ou a condição social, é a originalidade do confronto, mais do que a facilidade da procura, que constrói a identidade do sujeito. O indivíduo-espetador está agora mais sequioso de novas surpresas visuais, cada vez mais complexas e elaboradas. Aqui o *marketing* detém uma missão incomparável na construção dessa sedução, numa

demanda teleológica de vontades e caprichos visuais capazes de resolver os interesses mais diversos da sociedade. O indivíduo-espetador e os novos meios de comunicação estão em pleno fluxo e intercâmbio comunicantes, ao ponto de ser rara a imagem, estática ou dotada de movimento, que provoque uma ação isolada e unilateral, sem reação ou resposta por parte do recetor.

Possuir a imagem de algo é, para algumas civilizações, deter um domínio transcendente sobre o objeto representado, como se verifica nas culturas muçulmana e oriental. Essa convicção está, de algum modo, enraizada na cultura ocidental, também. Isso verifica-se na necessidade do indivíduo conservar um álbum de fotografias de familiares, vivos ou já falecidos, ou então ser portador na sua rede social de um conjunto de álbuns fotográficos das viagens que fez. É, também, comum ver a audiência de uma plateia a filmar um evento com o telemóvel ao invés de prestar integral atenção ocular e auditiva. Possuir a imagem para além do tempo que esta demora ao vislumbre tornou-se mais relevante, mais socialmente verdadeiro. Já não se vê só com os olhos; todos os sentidos estão envolvidos nesse processo sinestético.

2.1.5 - A Interpretação da Imagem

Do fantascópio (criado por Etienne Gaspar Robert, em 1794), passando pelos *Flipbooks* (inventados pelo Inglês John Barn Linnett, em 1868, na altura conhecido por *Kinéograph*), ao recente cinema em 3D, a imagem tem sido estudada nas diversas dimensões cognitivas que provoca. Contudo, os estudos mais amplos sobre esta matéria ocorreram, sobretudo, com o surgimento do estruturalismo e da semiótica, tendo como pioneiros Ferdinand de Saussure e Charles Sanders Peirce, como exemplos máximos. Outro autor de referência foi Roman Jakobson, ao propor a dinâmica e funções da linguagem (emotiva; injuntiva; referencial; fática; metalinguística; poética). As imagens, funcionando como signos, podem deter ainda, na perspectiva de Charles W. Morris e Algirdas Julius Greimas, três dimensões: sintática; semântica e pragmática. O estudo da imagem, considerada a sua gramática, não está apartado de um estudo semiológico geral.

A relação entre imagem e observador é uma conexão compósita. Uma só existe na presença do outro. A imagem remete sempre para o seu movimento, porque está imersa nessa condição modelar e por ela se manifesta significativa para a perceção. Com a virtualização da imagem, desencadeado pela proliferação das tecnologias, a imagem

deixa de ser apenas aquilo que se consegue olhar e passa a ser também o que não se vê. Parece-nos oportuno referir, em concordância com Rabot, que a necessidade de possuir e criar imagens “ils nous rappellent le besoin inassouvissable qu’a l’homme de fantasmer sur les origines, de lutter contre l’emprise que le temps exerce inmanquablement sur lui, d’affronter la mort” (2007: 28). Eis que reside aqui o grande potencial do virtual: a imaginação como parte integrante da percepção imediata. Sobre este conceito, Sartre abordou no seu livro *L’imagination*, publicado originalmente em 1936, um relevante ensaio, do qual nos parece adequado citar o seguinte:

“A imaginação ou conhecimento da imagem vem do entendimento; é o entendimento, aplicado à impressão material produzida no cérebro, que nos dá uma consciência da imagem. Esta, aliás, não se põe diante da consciência como um novo objecto a conhecer, não obstante o seu carácter de realidade corporal: de facto isso relegaria para o infinito a possibilidade de uma relação entre a consciência e os seus objectos.” (2002: 13).

Também Francastel, no seu livro *L’image, la vision et l’imagination*, publicado pela primeira vez em 1983, esclarece sobre a importância do processo mental na construção da percepção do real, especificamente da obra de arte, quando afirma que “o mundo não é um dado fixo, a interpretar; é antes uma primeira rede de informação. A própria matéria é aqui apresentada como um dado intelectual, que já tomou forma. A obra significa, não um dado, mas uma concepção; o signo não é o substituto do real, mas um instrumento de abordagem e de comunicação; o signo não é determinado pelo objecto, mas pela conceptualização” (1998: 119). O autor, a este mesmo respeito, também nos elucida que sobre a percepção de uma imagem há que considerar a existência de três níveis: *o nível da realidade sensível* (de onde partem os estímulos; *o nível do percebido* (o que o recetor consegue apreender); e o nível do imaginário (o processo cognitivo de cada indivíduo) (*Idem, Ibidem*: 59). Torna-se, desta forma, mais claro poder conceber que o imaginário fecunda a percepção material; reconstrói o real para o indivíduo que o contempla. “A obra está na memória ou, mais exactamente, nas *memórias*: na memória do artista que cria, na memória dos espectadores que contemplam a sua obra. De facto, a obra propriamente dita, a obra material, não é o duplo real; ela é um signo-passagem” (*Idem, Ibidem*: 58). Tal como na percepção sonora, cada imagem está intimamente e estruturalmente dependente da imagem que lhe antecedeu, da mesma forma que a imagem sucedânea lhe está subordinada. Esta aglomeração de informação permite realizar uma representação mental do objeto através

da mobilidade deste em função do espaço-tempo que lhe serve como sístole e diástole rítmicas.

Se a forma é imediatamente captada pelo olhar, o mesmo se não pode afirmar na obtenção do seu lado estético. Entre a apreciação e a compreensão existe um universo mental onde a imagem figurativa é decomposta em infinitas associações, quer pela memória, quer pela imaginação. Essa “ordem combinatória das formas, dos volumes, das cores, dos sons, corresponde a um racionalismo imaginário – não menos rigoroso do que o das ciências matemáticas ou da retórica” (*Idem, Ibidem: 37*). Compreende-se, deste modo, que a apreciação da obra de arte esteja dependente de um processo de compreensão para além de todo um mecanismo de contemplação. Contemplar significa, numa primeira instância, vislumbrar o presente; compreender significa, numa visão de maior amplitude, antecipar o futuro. Posto que a obra de arte é mais do que um reflexo simbólico do mundo, esta propõe também mais do que uma explicação do real; sugere a sua multiplicidade em vertentes pseudorreais capazes de transformar o lado concreto do real em elementos livres e prováveis de libertar o homem da sua condição. Como afirma Pierre Francastel, “a obra de arte é essencialmente uma fabricação, não um reflexo. O objecto não existe previamente no inconsciente. O objecto da obra de arte é o possível, o provável; nunca é o certo” (*Ibidem: 61*).

2.1.6 - A Espiritualidade da Imagem

Pelo que já foi explanado, tendo em consideração as teorias de autores abordados, reafirmamos que a imagem é muito mais do que o reflexo daquilo que pretende representar. A imagem é portadora de uma realidade nova que despoletará, numa primeira instância, na percepção do recetor, e, numa instância mais profunda, na sua compreensão. A imagem domina o indivíduo tanto quanto o indivíduo domina a imagem. Neste jogo de forças, estabelece-se uma dialética estruturante cujo equilíbrio assenta a transfiguração do mundo como um todo, mais do que a escolha ou predominância de uma das partes.

Será, assim, à luz deste conceito de transfiguração provocada pela era digital, que analisaremos a forma, o poder e a espiritualidade da imagem na sociedade contemporânea. Posto que, “l’image est à proprement parler ce qui conduit au sacré, ce qui atteste de la vitalité du polythéisme dans la postmodernité” (Rabot, 2007: 27).

As novas tecnologias para além de terem transformado o modo como a imagem é transmitida, transverteram a própria imagem em mundos possíveis. Desta forma, as novas tecnologias abriram uma nova epistemologia da arte. Em traços gerais, “la technique forme maintenant un écran entre l’homme, ses congénères et la nature” (*Idem*, 2011: 98).

A percepção artística não pode ser senão analógica, diacrítica em relação a outras percepções, favorecendo a sua compreensão, não só pela decifração da sua representação em si, mas através da movimentação de toda a vida e história social que em torno deste fenómeno se constitui como o universo do campo artístico. Toda a imagem representa um código. Esta codificação intersemiótica verifica-se em larga escala, numa osmose profícua, e pode mesmo permitir uma transposição de conteúdos e significações, diferentes ao longo da história, quer a nível sensorial quer a nível linguístico. Apoiamo-nos numa afirmação de Bourdieu quando diz que “as categorias empregadas na percepção e na apreciação da obra de arte estão duplamente ligadas ao contexto histórico” (1996: 331).

A imagem conjectura uma transfiguração. Quando exalta a consciência. Quando propõe uma reconstrução do conhecimento sedimentado e represado. Quando emociona profundamente o indivíduo. Quando o faz emergir de si mesmo para decifrar a sua existência. A arte é para além de um voo possível, a pena que impulsiona o salto quando levemente roça a base dos pés. O riso, tal como o choro, é um modo de decifração. Um modo de perceber a beleza e o seu contrário. Mas para adquirir conhecimento é necessário conhecimento. Nesta linha de raciocínio, parece-nos apropriado referir o seguinte trecho:

“Só é possível decifrar a obra de arte e o conteúdo humano de que o artista a acumulou, quando se descobre a leitura complexa que toda a imagem oferece. Numa vista de olhos superficial, julga-se que um obra de arte apenas permite reconhecer a semelhança de realidades familiares, apreciar a forma como reproduz as aparências, e captar a beleza que dela eventualmente emana. Mas a intuição apercebe-se de imediato que toda a imagem é um sinal onde, como num rosto, podemos encontrar, para além da semelhança e da beleza, a inscrição de uma alma” (Huyghe, 1998a: 119).

Rematamos, então, que a ultimidade da obra de arte não será tanto o produto final que encarna. A sua demanda é abundante em metamorfoses várias que afluem em novas conceções de vida, porque alteia sensações de liberdade face à circunscrita condição humana. Longe de ser apenas matéria ornamental, a arte transfere o seu poder através do

imaginário mais do que pela sua forma, geométrica ou não. Agora, através de uma luz inédita adquire outra dimensão e, porque a luz só existe perante a matéria, outra qualidade. Assim, parece-nos congruente terminar este tópico com a seguinte consideração de Focillon, pertencente à publicação, lançada ao público em 1934, intitulada *Vie des formes*: “A arte começa pela transmutação e prossegue pela metamorfose. Não é o vocabulário do homem para falar com Deus, mas sim o perpétuo renascimento da Criação” (2001: 117).

2.2 - Segundo Vislumbre – A Transfiguração

A imagem adquire a sua luz. A luz torna-a etérea. A imagem afigura-se transcendente ao seu recetor. O recetor transforma-se na transcendência. Eis o poder da transfiguração: revelação e renascimento. Por outras palavras, “a luz assegura ao mesmo tempo a presença das formas que extrai das trevas, os movimentos expressivos da acção, e o significado profundo que é o núcleo espiritual da obra” (Huyghe, 1998a: 77).

Há que ressaltar, porém, que a transfiguração é uma mudança de aparência, de forma, mas não de conteúdo. A imagem ao transfigurar-se muda no seu aspeto e apresentação sensoriais, mas não sofre mutação ou reversibilidades na sua essência. O seu poder reside sobretudo no facto de que “l’image continue de nous conduire au sacré du fait qu’elle structure les groupes à partir de sentiments et d’émotions partagées” (Rabot, 2007: 31). Pode, todavia, a transformação da forma suscitar diferente interpretação da sua essência. Tal como a borboleta encanta pela sua beleza e elegância, mas só depois de se transformar faseadamente do ovo, da larva e da pupa ou crisálida.

Começemos por analisar as várias empregabilidades e diligências figurativas deste conceito, na sua amplitude simbólica e dimensão metafórica.

2.2.1 - A Transfiguração Bíblica

Teremos, assim, como principal referência, o episódio bíblico retratado no Novo Testamento em que a figura de Jesus sofre uma transfiguração, ou metamorfose, perante três dos seus discípulos, adquirindo uma forma luzente no cimo do monte Tabor, também conhecido por “Monte da Transfiguração”. Nos evangelhos sinópticos de Mateus, Marcos e Lucas, bem como numa epístola de Pedro, podemos conhecer o relato

a que nos referimos.¹³ Todo o acontecimento é revestido de particularidades simbólicas, desde o facto de ter ocorrido no cimo de um monte (local elevado, podendo significar uma facilidade de ligação entre o mundo terreno e o mundo divino; o mundo efémero e o mundo eterno) até ao facto de terem aparecido, no momento da transfiguração, os profetas Elias e Moisés (o que poderá significar que o processo de transfiguração implica, para além da mudança da própria forma, o aparecimento de outras formas externas a si, neste caso, virtualmente). Assim, esta transfiguração não se resume apenas a uma imagem que se transforma; é também uma convergência de realidades e fenómenos oriundos de diferentes dimensões: a voz vinda do céu, o surgimento virtual dos profetas, a revelação/conhecimento de um mundo atemporal. Aqui, a noção espaço-tempo adquire, também ela, uma reformulação em prole de um conhecimento superior suscitado pela imagem transfigurada. Como refere Paulo de Tarso “mas todos nós, com cara descoberta, refletindo, como um espelho, a glória do Senhor, somos transformados de glória em glória, na mesma imagem, como pelo Espírito Santo” (2 Coríntios 3:18). Caracteriza-se a experiência da transformação por ser, fundamentalmente, um processo necessário para atingir a plenitude cognoscível.

Este acontecimento, entendido como um milagre, é um dos cinco marcos mais significativos do trajeto da vida de Jesus e foi largamente e criteriosamente analisado por várias personalidades, quer da esfera teológica cristã, quer da esfera artística. Inúmeras são as obras pictóricas que foram produzidas na inspiração deste advento religioso. Obras como o “Mosaico da Transfiguração” (séc. VI), localizado no Mosteiro de Santa Catarina, no Monte Sinai; o “Afresco da Transfiguração”, situado no Parque Nacional de Goreme, na Capadócia; “A Transfiguração” (1308/11), de Duccio di Boninsegna; “Transfiguração” (1487 – 1495), de Giovanni Bellini; “Transfiguração, São Jerónimo, Santo Agostinho” (1500), de Sandro Botticelli; “A Transfiguração de Cristo”, de Gerard David (1450/1460 – 1523); “A Transfiguração” (1517 – 1520), de

¹³ “Seis dias depois, tomou Jesus consigo a Pedro, e a Tiago, e a João, seu irmão, e os conduziu, em particular, a um alto monte. E transfigurou-se diante deles; e o seu rosto resplandeceu como o sol, e os seus vestidos se tornaram brancos como a luz. E eis que lhes apareceram Moisés e Elias, falando com ele. E Pedro, tomando a palavra, disse a Jesus: Senhor, bom é estarmos aqui; se quiseres, façamos aqui três tabernáculos, um para ti, um para Moisés, e um para Elias. E, estando ele ainda a falar, eis que uma nuvem luminosa o cobriu. E da nuvem saiu uma voz, que dizia: Este é o meu amado Filho, em quem me comprazo; escutai-o. E os discípulos, ouvindo isto, caíram sobre os seus rostos, e tiveram grande medo. E, aproximando-se Jesus, tocou-lhes, e disse: Levantai-vos; e não tenhais medo. E, erguendo eles os olhos, ninguém viram, senão unicamente a Jesus. E, descendo eles do monte, Jesus lhes ordenou, dizendo: a ninguém conteis a visão, até que o Filho do homem seja ressuscitado dos mortos.” (MATEUS 17:1-9)

Rafael Sanzio; “O Milagre da Transfiguração de Cristo”, de Lodovico Carracci (1555 – 1619); “Luz de Tabor”, da década de 1800, pelo pintor Carl Heinrich Bloch, mostram-se como exemplos inequívocos.

2.2.2 - *Metamorfoses* de Ovídio

Outro contexto onde esta ideia de transformação ocorre é na literatura. É bastante recuada esta tendência ideológica. Nos poemas homéricos podemos confirmar a ocorrência da transfiguração (como exemplo: no Canto XI da *Odisseia*, os companheiros de Ulisses são transformados em porcos); em *Catasterismos* de Eratóstenes (276 a.C. – 194 a.C.), onde se verificam transformações em astros; em *Heteroeumena* de Nicandro (século II). Mas uma obra de referência máxima é *Metamorfoses*, um longo poema, de padrão alexandrino, composto por quinze livros do poeta romano Públio Ovídio Naso (43 a.C. – 17 ou 18 d.C.). Esta obra, de cariz quase enciclopédico, inspirou muitos autores e artistas ao longo da história. Desde os gramáticos na Antiguidade Clássica; os autores do século XIII e XVI, como Chrétien de Troyes, Dante Alighieri ou Geoffrey Chaucer; os artistas a partir do Renascimento, como Michelangelo, Caravaggio, Velásquez, Delacroix; na ópera, em composições como *Ácis e Galateia*, de Georg Friedrich Händel ou *Dafne* de Richard Strauss. *Metamorfose* é considerada, ainda hoje, uma criação literária de fulcral influência na cultura ocidental.

A narração apresenta uma panóplia de histórias, de temática helenística, sobre mitos gregos e romanos que se cruzam de forma fluída através do fenómeno da metamorfose física. Subsiste pelo cruzamento da realidade física e o universo do imaginário. Os seres mitológicos (deuses, ninfas, monstros) relacionam-se num espaço físico verdadeiro, mas nem por isso esta geografia da ação aquiesce a acessibilidade humana. Numa ação repleta de dramas e dúvidas, o sentimento do amor é o mais fulgurante elemento reativo e exerce principal motivo na ação das personagens. Entendendo esta transformação como uma lei que regula e renova o universo, o poeta aplica-a aos seres mitológicos, transformando os seus corpos em pedras, animais, rios, fontes, flores e demais formas. Todas as lendas revelam metamorfoses, por vezes, de outros seres que não o da personagem principal. Porém, existe uma ligação entre as lendas, que adquire tal densidade e imbricação que se torna difícil descortinar qual origina qual. A

transfiguração da forma, do corpo, obtém nesta obra literária o epicentro de todo o drama emocional. Na verdade, é onde o foco principal incide. No entanto, convém reforçar a ideia que a transfiguração transforma a matéria, muda-lhe o aspeto, mas não a sua substância interna.

Inúmeros são os episódios de lendas e mitos encerrados neste trabalho poético, cujas transformações ocorrem para sobrelevar o carácter simbólico e alegórico dos mesmos, para além de instaurar uma beleza estética muito próxima de uma expressividade plástica, facilmente apreendida pelo imaginário de leitor. Evidenciamos alguns exemplos: o caso de Dafne, filha do rei Peneu, que exausta da perseguição de Apolo por si apaixonada, pede ajuda ao seu pai e este transforma-a num loureiro, feita árvore sagrada por Apolo (Livro I), e, no mesmo livro, o caso de Deucalião e Pirra, que viram das pedras que lançaram para trás brotarem homens e mulheres; a história de Calisto, possuidora de enorme beleza, foi transformada em urso por Hera, pelos ciúmes que a sua beleza provocava em Zeus, seu marido (Livro II); a narrativa de Pigmaleão, escultor e rei do Chipre, que ficou apaixonado por uma estátua que esculpiu no propósito de conceber o ideal de beleza feminino, que Afrodite transformou numa mulher verdadeira e com quem Pigmaleão teve uma filha, Pafos (Livro X); a história de Midas, que transformava em ouro tudo em que tocava, que ao seguir e defender o deus Pã recebeu de Apolo orelhas de burro (Livro XI); o episódio de Cila, transformada num horrível monstro marinho por Circe, feiticeira que se apaixonou por Glauco que por sua vez nutria sentimentos por Cila (Livro XIV).

2.2.3 - *Eco e Narciso*

Da vasta galeria mitológica de *Metamorfoses*, parece-nos apropriado explicar com mais pormenor o mito de *Eco e de Narciso* (Livro III), porque encontramos correlações metafóricas importantes para compreender o assunto que esta investigação espraia, mais precisamente sobre questões como a identidade, os reflexos imagéticos e ideológicos, o autoconhecimento, o desdobramento. Ainda mais, se entendermos que “c’est au moyen du mythe et comme croyance que le progrès a été conçu en tant que progrès technique”

(Rabot, 2011: 94). O imaginário estabelece com a realidade uma relação estética de grande partilha e fecundidade.¹⁴

O mito de *Eco e Narciso* transporta-nos para o universo do amor, mas um amor feito de egoísmo e ignorância, por um lado, e de inacessibilidade e distanciamento imposto, por outro. Tudo leva à destruição, à vacuidade. Ovídio apresenta-nos Narciso como um jovem de extrema beleza, desejado por todos, porém incapaz de devolver reciprocamente esse amor, tal é a sua incapacidade de distinguir a imagem da realidade que o rodeia. Narciso é inábil de cumprir o oráculo délfico “Conhece-te a ti mesmo”. Tem um fim trágico quando, ao olhar para o seu reflexo nas águas de um rio, sucumbe desesperadamente por não conseguir alcançá-lo. Acaba por transformar-se numa flor (narciso), branca e amarela, com pétalas em forma de trompeta.

A água é um elemento de grande simbolismo, visto exprimir a fertilidade e a ligação dos vasos comunicantes, numa perspetiva, e a substância líquida para a qual se transformam as imagens e pela qual a realidade se torna impossível de apreender, numa outra perspetiva. Na «modernidade líquida» (designação sugerida por Bauman para definir os novos tempos), essa nova realidade é, também, volátil e instável, apartada da solidez e consistência de outras épocas.

Já a ninfa Eco, genuinamente agraciada pelo dom da eloquência e castigada por Juno ao reduzir o seu dom à mera repetição do último som que ouvisse de alguém, com esta limitação vê-se impossibilitada de manifestar expressamente os seus sentimentos a Narciso. Desesperada, penetra a densa floresta e oculta-se com a sua vergonha. Estes dois destinos partilham, na sua diferença, uma mesma restrição: o inacessível. A visão egocêntrica de Narciso e o som petrificado de Eco encontram no reflexo o retorno impossível. Enquanto Narciso ama um outro eco, o seu, a ninfa Eco metamorfoseia-se no rochedo onde apenas a sonância refletida de Narciso a encontra. Há neste fluxo de opostos, nesta dialética duplamente inexistente, uma complementaridade e um paradoxo, simultaneamente: a permanência no inatingível.

A transformação do corpo não se restringe apenas à transmutação material que daí se compreende. Temos que considerar que, da mesma forma que o homem se diferenciou conscientemente do resto existente no universo, quando começou a pensar-se como mais do que uma mera flutuação corpórea sob a face da terra, a transformação proclama

¹⁴ Sobre esta matéria, da relação entre imaginário e realidade, diz-nos Pedro Barbosa (1995), no seu livro *Metamorfose do real: arte, imaginário e conhecimento estético*, que “numa atitude estética de tipo realista (no sentido mais restrito da palavra) tal conexão imaginário/realidade é de simples homologia: o universo fictício criado pela obra é um *analogon*, um duplo mimético daquilo que o senso comum entende por mundo real (e neste caso pode falar-se de validade estética).” p. 239

o renascimento do exclusivo face ao absoluto, do mesmo modo que incentiva a regeneração do seu conteúdo perante o seu oposto. De acordo com Tibon-Cordillot, quando afirma no seu livro *Os corpos transfigurados*, “a antiga separação entre o corpo dos homens e o cosmos, fonte de símbolos, deu lugar a outras distinções que, desta vez, já não são para o homem o limite do fora e do dentro do corpo, mas caem no próprio homem e o separam em dois corpos: corpo-sujeito, corpo-objecto, as duas vertentes do corpo-individual” (1997: 44).

2.2.4 - Transfiguração Virtual da Arte

No entendimento de Adorno, “as obras de arte são enigmáticas enquanto fisionomia de um espírito objectivo, que nunca é auto-transparente no instante de sua aparição (1993: 149). Deste modo, identificar a transfiguração de uma obra de arte pressupõe, numa primeira instância, identificar a obra de arte na sua realidade genuína. Nada adquire a sua dimensão virtual se, antes dessa transformação, não passou pelo purgatório do reconhecimento empírico.

O fenómeno da transfiguração da arte resgata a nossa atenção para uma nova visão crítica e para uma nova consciencialização da teoria hegeliana sobre o fim da arte, atendendo que a arte, sendo uma manifestação sensível da ideia, inicia um processo de declínio provocado pela predileção do subjetivismo em detrimento da ideologia romântica, pelo enalço do trivial e do abstrato em prejuízo do absoluto e do divino.

Consideremos que as novas tecnologias, onde a Internet figura predominantemente, tiveram o seu esboço, se concebermos o pendor ideológico de um mundo aberto à diversidade e não mais limitado às suas linhas fronteiriças, no pensamento da época do Renascimento ou da época do Iluminismo. Podemos encarar o pensamento da Idade das Luzes um prenúncio daquilo que a tecnologia permitiu acontecer. Mas se recuarmos alguns séculos, constatamos, de novo, que essa prenúnciação, embora metaforicamente, brota em vários mitos, como o de Prometeu, que ao roubar o fogo ao deus Hefesto e a sabedoria à deusa Atena, dotou o homem de um poder autónomo face ao domínio de Zeus. É possível constatar, como refere Bonnal em seu livro *Internet: a nova via iniciática*, as muitas correlações simbólicas que se podem encontrar entre o reino dos mitos e o mundo das tecnologias, como o acrónimo WWW e o número 666 (número da Besta). Como refere também, “a navegação na Net simula a nova experiência dos

argonautas em buca do velo de ouro, da teia secreta no fim do mundo” (2001: 14). Tal como Enoch (o primeiro grande viajante mítico), o usuário enceta uma viagem ao saber cabalístico em que as principais constelações luminosas nada mais são do que uma representação binária. Tal como o labirinto de Dédalo ou o Jardim das Arborescências, a Internet dá-nos a rede que nos permite a peregrinação despropositada e a imigração fictícia pelo espaço lógico dos mundos conectados.

“A Internet é em geral o maior salão de curiosidades jamais construído pelo homem” (*Idem, Ibidem*: 71). É este novo mundo um lugar alinhavado pela utopia e simulado pelo *Logos*. Tal como Hermes, deus grego da comunicação, ou Atena, deusa da sabedoria e da tecelagem, o utilizador das novas tecnologias experimenta a sua jornada lúdica e tecnognóstica como se construísse uma renda de bilros feitas de informações múltiplas, numa alucinação alquímica e de prestidigitação facilitada pela tecnicidade. Assim, “la technique serait le fait fondamental auquel les sociétés postindustrielles auraient à se plier” (Rabot, 2011: 96).

Consentir, nesta nova dimensão, a virtualização da obra de arte é, primeiramente, entendê-la como transfiguração de si mesma. “As artes serão sempre processos que contêm o princípio duplo da sua instabilidade” (Buci-Glucksmann, 2009: 64). É nesta medida que a ilusão segrega o húmus da realidade. O virtual (que começou por significar, no início da sua utilização, aquilo que está em potência em relação a) enceta a transformação imagética que impele a arte a perder a sua sombra real para ganhar a perpetuidade de um instante, nem sempre na ascensão do homem ao pleno conhecimento, mas, por vezes, em sentido contrário, porque “a navegação no Web, aparenta-se a uma queda livre, semelhante à da Alice, no curso da qual podem ocorrer os piores acidentes” (*Idem, Ibidem*: 180).

A arte é uma mensagem, trabalhada emocionalmente, de uma pessoa para o seu semelhante. Com a Internet, este expediente laborioso reveste-se de uma estética informacional, dependente das inumeráveis extensões de ligações que se realizam, capaz de criar uma dialética sempre aliada ao prazer da perceção. Um quadro de Rembrandt recebe, ao figurar na *web*, a luz que o artista, porventura, procurou, com o método *chiaroscuro*, para criar um impacto visual mais vigoroso. Obviamente que esta comparação apenas é possível fazer-se no campo da suposição. Porém, é nesse jogo de luz e sombra que a arte, para além de provocar um novo entendimento epistemológico entre si e a ciência/técnica, instiga a sua passagem à virtualização anímica. Estas novas experiências empíricas reformulam a noção e a memória da obra de arte, porque

genuinamente terão sido vistas em formatos tradicionais. Esta transfiguração imagética da obra de arte, em parte advinda de uma amorfia da matéria, resgata o observador de uma visão assintótica, culturalmente alimentada pelos desígnios da sociedade, para lhe possibilitar a variação aritmética (pela adição, pela subtração, pela multiplicação e pela divisão) e um conjunto de operações lógicas, como a comparação ou a extração. A transmutação daqui decorrente obedece, fundamentalmente, ao universo emotivo do observador, aos seus impulsos nevrálgicos, à volúpia dos seus ensejos. Isto num plano de simulação e arbitrariedade pessoal.

A transmutação da obra de arte tradicional para a sua dimensão virtual, por um lado, ofusca a sua surpresa imagética, posto que, segundo o *Princípio da Memória*, incluído no conjunto de *Leis da Teoria da Forma (Visual)*, “As formas serão tanto melhor percebidas por um organismo, quantas mais vezes elas lhe tiverem sido apresentadas à percepção anteriormente” (Moles, 1990: 88). Por outro lado, a virtualização da arte, pela sua transfiguração, permite uma visão e uma crítica artística mais detalhadas de determinados aspetos concretos do real a que essa obra de arte se tributa. A transfiguração da obra de arte faz convergir para um centro imagético (ecrã) o que lhe pertence difusamente no espaço físico, aumentando-lhe o predomínio face ao que lhe é externo e distante. Nesta lógica, podemos ainda considerar uma das *Leis de Infra-Lógica Visual* ao afirmar que “o que está no Centro é mais importante do que o que está na periferia” (*Idem, Ibidem*: 89).

A arte não está, assim, na estrutura física ou virtual da obra ou ainda no impacto visual da mesma, mas na forma como o indivíduo altera o seu comportamento perante esse fenómeno. A transfiguração virtual da obra de arte permitiu, essencialmente, um jogo de combinações, de permutações e de espelhos, onde a única limitação e a última fronteira são o duplo de um deus binário. A transfiguração significa, portanto, a revelação mais profunda e mais amplamente possível de ser entendida da essência das coisas através da transformação das suas formas.

CAPÍTULO 3 – O MEIO-DIA OU A DUPLICIDADE IDEOLÓGICA

*Eu não sou eu nem sou o outro,
Sou qualquer coisa de intermédio:
Pilar da ponte de tédio
Que vai de mim para o Outro.*

Mário de Sá-Carneiro, *in Poemas Completos*

Pretende este capítulo ser uma reflexão sobre o fenómeno da duplicidade, na perspetiva das novas tecnologias e em relação com o ato criativo. Constitui-se, neste caso, como a segunda dimensão a ser analisada na presente investigação, i.e., se a virtualização da obra de arte pelas redes sociais exalta uma duplicidade ideológica. O termo Meio-dia, integrado como opção conceptual no título supracitado, representa, no seu carácter simbólico, “a origem do movimento ascendente dos princípios opostos” (Chevalier; Gheerbrant, 2010: 446). Este momento revela, por outro lado, o preciso instante em que os objetos não projetam sombra. É o instante sagrado onde o eterno e a revelação espiritual afluem. Começaremos por refletir sobre o conceito de ideologia e o que este representa para o indivíduo, enquanto ser social, paralelamente à sua importância na consolidação cultural onde as noções de realidade e de utopia se edificam. Em seguida, debruçar-nos-emos sobre o conceito de duplo no âmbito da sua origem etimológica/simbólica e do património literário onde se refere, relevando alguns exemplos. Numa terceira abordagem, incidiremos a nossa reflexão sobre alguns casos paradigmáticos nas artes, particularmente nas artes plásticas, na literatura e no cinema. Nestes dois últimos casos, focar-nos-emos especificamente sobre a tradução e a adaptação, no sentido de procuramos compreender o complexo mundo de equivalência existente entre o património cultural individual e os seus endereços de partilha. Finalizaremos com uma consideração sobre a duplicidade virtual da arte, no âmbito da comunicação possibilitada pelas redes sociais, especialmente na comunicação de conteúdos artísticos.

Servir-nos-á de apoio teórico alguns livros e artigos de que referenciamos os principais autores: David Mclellan (1987), Arnold Hauser (1988), Paul Ricoeur (1991), Andrew Tudor (1999), Milica Živkovic (2000), Dominique Wolton (2000), Susan Bassnett (2003), Brunel; Chevrel (2004), Machado; Pageaux (2004).

3.1 - Primeiro Vislumbre – A Ideologia

Há, primeiramente, que considerar o termo *ideia* na concepção platónica, assente no princípio de que a realidade é uma projeção do saber do sujeito para o exterior (idealismo); e na concepção aristotélica, que pressupõe que a ideia resulta de uma absorção de experiências sensíveis vindas do mundo externo (realismo). Estas duas visões antagónicas disciplinaram durante séculos toda a filosofia e conhecimento científico. Ainda condicionam. Filósofos como Locke, Descartes, Hume, Espinosa, Kant ou Leibniz, conceberam relevantes considerações acerca deste conceito. Para este último pensador, as ideias possuem diferentes qualidades, podendo ser *obscuras*, *confusas*, *claras* ou ainda *distintas*. Estas categorias estão em função do nível de determinação a que a ideia corresponde. Porém, a ideia, sendo um fenómeno mental, depende em larga escala de fatores linguísticos e socioculturais, sem os quais reduz-se a uma mera sensação infundada. As propriedades lógicas da ideia, como a *extensão* e a *compreensão*, determinam a sua generalidade. Da ideia *inata* à ideia *adventícia* (resultado da acumulação de experiências empíricas) – termos aludidos por Descartes –, a sua universalidade depende da repetição uniforme.

A ideia pode, assim, não só ser transmitida de um indivíduo para outro, mas de uma cultura para outra. Esta partilha está patente na «teoria evolucionária difusionista», entendendo-se a partir dela que a cultura de um povo é, ou pode ser, composta por uma aglutinação e/ou apropriação de ideias e ideologias providas de diferentes culturas.

Nesta lógica – e tendo em conta o conceito de ideologia introduzido por Destutt de Tracy, ao afirmar que se aproxima daquilo que o termo «psicologia» pode também significar –, podemos entender a sua relação com o plano da realidade social. A partir do século XIX, especialmente com a abordagem teórica de Karl Marx ou Vilfredo Pareto, a ideologia quer significar também as «ideias falsas», uma vez que se fundam no poder da Ciência e da Razão, promovendo as ideias de natureza política e social, algumas vezes sem escrúpulo antropológico e suscetível de *distorção*. A sociologia propôs, neste cenário, no sentido de avaliar a dimensão falaciosa das ideologias, dois motivos: o *irracional* (as ideias falsas são desencadeadas pelo facto dos indivíduos se deixarem guiar pelos interesse ou razões sentimentais); o *racional* (assente na ideia que os indivíduos apenas podem interpretar o que os rodeia através da elaboração de um raciocínio ou representação mental, embora parcial e ambíguo).

Assim sendo, “a criação de ideologias é sempre uma consequência das sociedades pluralistas” (McLellan, 1987: 16). Com a Revolução Industrial, mais precisamente com a evolução e potencialização das comunicações, o aumento da participação das massas nas questões políticas e sociais tornou-se uma evidência incontornável. A rivalidade dos poderes sobre a sociedade e o interesse económico são fatores cruciais na criação das ideologias no cerne das sociedades. A ideologia é, numa perspetiva mais imediata, a forma racional de substituir a força e a violência por formas mais subtis de legitimar a predominância e a supremacia de grupos de indivíduos sobre outros grupos.

Estudos mais aprofundados sobre a ideologia, nomeadamente de autores como Francis Bacon e Thomas Hobbes, vieram a estabelecer que o conhecimento da sociedade, até então, tinha sido toldado pela existência, daquilo que Bacon designou, de *ídolos* – teoria que está na base da ciência social moderna. Este autor, na sua publicação *Novum Organon* (1620), considera quatro tipos de ídolos: os *ídolos da tribo* (ligados à tradição e avessos ao novo conhecimento), os *ídolos da caverna* (resultantes de uma perspetiva individual e, muitas vezes, a si limitada), os *ídolos da feira* (de natureza linguística e fruto da convivência social e que, por isso, também impede a obtenção de um novo conhecimento racional) e os *ídolos do teatro* (de origem dogmática do passado e que carece de fundamentação empírica) (*Ibem, Ibidem*: 17-18).

A obediência do indivíduo face ao que a sua sociedade confere – e que fora descrito acerca da teoria dos ídolos de Bacon – faz-nos recorrer a uma analogia concernente aos direitos e deveres sobre a propriedade. Parece-nos particularmente relevante referir neste ponto o que Alan Ryan, no seu livro *Property*, mais especificamente no tópico que intitulou *A teoria económica dos direitos de propriedade*, alude: “Os proprietários de terras que não podiam comprar ou vender o que era seu ou o que era de outros, mas que viviam onde os seus antepassados viveram, faziam o que eles fizeram e pensavam como eles pensaram, funcionando como contrapeso dos profissionais urbanos de mentalidades mais vivas” (1988: 189).

Se no início da sua conceção, a partir do Iluminismo, a ideologia foi dotada de uma noção progressista e otimista, com a influência germânica, especialmente com os contributos teóricos de Hegel e Marx ou, mais tarde, de Mannheim e Habermas, a preocupação centrou-se e aprofundou-se mais na obtenção da verdade do que na realização da mera observação da sociedade. Esta outra forma de examinar a ideologia, permitiu entender que a sociedade é uma entidade sujeita a rápidas mudanças e

transformações, mais suscetível de ser afetada por conflitos do que por consensos ideológicos.

Para alguns teóricos (de que podemos salientar Habermas), a ideologia efetua-se através de uma comunicação com considerável grau de distorção. Na verdade, atingir-se com a ideologia, por um lado, o equilíbrio consensual da sociedade, por outro lado, a sua preservação, leva-nos a crer que esta não pode estar totalmente desligada, apesar das suas naturezas díspares, daquilo que se entende por utopia.¹⁵ De acordo com o entendimento de Paul Ricoeur, e mencionado pelo prefaciador George H. Taylor, “a utopia é o ideal constante, aquilo para o qual nos dirigimos sem nunca o atingirmos plenamente” (1991: 34). A utopia, constituída em grande parte pela imaginação, torna-se num processo indispensável para identificar e estruturar o possível, a ordem desejada da/na realidade.

É, no entanto, necessário, entendermos que para toda a ideologia existe um princípio de dualidade que a subjuga. Funcionando através de uma dialética estruturante, esta dualidade permite dois tipos de interpretações: a metafórica e a especulativa. Esta ideia leva-nos também a considerar que “do princípio da dualidade, de acordo com o qual a ideologia funciona necessariamente segundo duas modalidades, de que só uma é dominante no interior de uma formação ideológica dada, e do princípio da desigualdade, que afirma a impossibilidade de se admitir a existência de formas de tipo «A» independentemente da de formas do tipo «B» (Pinto, 1978: 133-134).

Ainda segundo Ricoeur, as ideologias e as utopias estão propensas à ambiguidade e revelam, como característica comum, um lado construtivo e destrutivo (1991: 66). Mas o ponto onde a união de ambas se revela mais difícil é na identificação da sua origem, pois se “a ideologia nunca é a nossa própria posição; é sempre a atitude de outras pessoas”, as utopias são sempre pertença do seu autor (*Ibidem*: 68).

Através da criação ideológica ambiciona-se, por vezes, um determinado poder. Para isso, um dos processos mais imediatos da ideologia é a criação de uma imagem. “A primeira função da ideologia é a produção de uma imagem invertida” (*Ibidem*: 70). Com essa imagem representativa, a interpretação e a compreensão de certa ideologia tornam-

¹⁵ Para melhor entendimento deste conceito, recomenda-se a leitura da obra “Utopia”, de Thomas More, publicado inicialmente em 1516, e que retrata, essencialmente, a convivência numa ilha imaginária de uma civilização com características materiais similares à que viveu na Europa no século XVI, mas que, graças à sua organização e política sociais, assentes numa verdadeira e racional distribuição de recursos, viveram de forma equilibrada e harmoniosa.

se mais simples. Concluimos, neste ponto, que a imagem ideológica é uma sublimação semântica da realidade idealizada; a imagem ideológica é um elemento duplo do real.

3.2 - Segundo Vislumbre – A Duplicidade

A duplicidade é – ao contrário do que já foi explanado no capítulo anterior acerca da transfiguração – uma mudança da essência, do universo interno e íntimo, mais do que a sua transformação corpórea. É, portanto, uma alteração de consciência.

Será a consciência da própria imagem o confronto mais enigmático e ambíguo enquanto experiência humana? Esse outro “eu” que se desemboca em miríades de (re)conhecimentos feitas de evasões ou invasões, de alteridades mais ou menos convulsivas. O que se entenderá, então, por um outro “eu”? Para despiste, num dicionário vulgar, ou na *web*, podemos encontrar a seguinte definição de “Sósia: s.2gén. pessoa muito parecida com outra (Do lat. Sosia, antr., nome do escravo, pajem de Anfitrião, de quem Mercúrio tomou as feições)”¹⁶. Contudo, importa relevar outros fenómenos, cujas divergências aprofundam-se ainda mais, se atendermos a um plano metafísico, onírico, no entanto, cognoscível. Assim, deparamo-nos com duas outras conjunturas: *Duplo* e *Doppelgänger* – esta última designação provém de lendas germânicas, sendo a sua ação fenomenológica muito semelhante ao que ocorre, por exemplo, com os *metamorfos* (lenda de cariz sobrenatural, muito comum em tribos de índios Navajos), tendo-se formado da fusão das palavras alemãs *doppel* (que significa duplo ou réplica) e *gänger* (que significa ser ambulante ou aquele que vagueia).

Se é o Homem a criação originária de uma semelhança face ao Demiurgo, como narra a *Bíblia*, no livro *Génesis*, será também a consciência e a natureza da sua própria, talvez insustentável, individualização. Contudo, o conceito de *Duplo* refere uma projeção, uma *mimesis*, que se consubstancia numa entidade independente do sujeito do qual se fecundou, evidenciando nesse desdobramento uma existência própria, estabelecendo-se numa relação de relativa pacificidade ou turbulência. Como nos diz Jorge Luís Borges no livro *Ficções*, “os espelhos e a cópula são abomináveis, porque multiplicam o número dos homens” (2003: 9). Porém, o *Duplo* não pode usufruir do mesmo patamar ontológico que o “Eu” a partir do qual se originou. O *Duplo* pode ou não formar-se a partir de um “Eu” conhecedor da sua interioridade, daí as variantes *Duplo Endógeno* e

¹⁶ *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto, Porto Editora, 2006.

Duplo Exógeno. Se bem que é pelo fator *morte*, depurado e entendível através de uma consciência moral, que vem eliminar o reflexo fantasmagórico desse “Eu” e, conseqüentemente, o seu *Duplo*. Já o conceito de *Doppelgänger* apela a uma réplica de alma ou uma assombração que persegue o indivíduo, levando-o a confundi-la com a sua personalidade. Pela sua natureza incorpórea, só é vista pela sua autoconsciência, que, por sua vez, incita-o a confrontar a proximidade de uma finitude e ultimidade a si reservadas.

A procura da própria essência leva ao múltiplo confronto com os infundáveis cenários emocionais, rostos e anterrostos com os quais o indivíduo se reconfigura face à verdadeira efígie que supõe possuir, assim existe tal “como um actor num palco: está lá, mas é outra coisa” (Soares, 2005: 346). Para o indivíduo compreender o seu reflexo nos olhos dos outros tem de compreender e aceitar o seu próprio desconhecimento, sendo que, “as palavras não fazem o homem compreender, é preciso fazer-se homem para entender as palavras”.¹⁷ Longe de entender-se a dualidade como uma clonagem – dado que “os clones só prolongariam aquilo que já existe: a dupla exigência de ser singular ao extremo e de ser substituível” (Atlan, 2001: 101) –, entrega-se para uma primeira linha de raciocínio o que se poderá entender por *duplicidade* e, nesta sequência, por *alteridade* emocional.

Tomando como princípio que “uma das bases da dignidade da pessoa, da sua liberdade é a sua autonomia, a sua irredutibilidade à vontade de outro” (Kahn, 2000: 176), o conceito de *Duplo* abarca, segundo a visão crítica de Živkovic (2000), no seu artigo *The double as the «unseen» of culture: towards a definition of doppelganger*, a possibilidade de delimitação cultural de uma determinada sociedade relativamente às suas crenças, ideologias e modos de vida, no sentido em que o indivíduo dissemelhante é sempre marginalizado. Esta ocorrência permite, de igual modo, um estudo mais aprofundado daquilo a que poderemos chamar de realidade dominante e de identidade humana, em que a *alteridade*, esse copioso exercício em que se espelha o mistério do autoconhecimento, é um indicador pertinente das crenças mais profundas desta sociedade, visto que “mirroring is the primary phenomenon of ideology” (Adorno, 1965: 16).

¹⁷ Excerto do poema *Koan Zen*, versão de Herberto Helder

3.2.1 - A Duplicidade nas Artes Plásticas

No universo da pintura, a relação com o outro “eu” foi muito abordado por vários artistas em diferentes épocas. Muitos dos artistas usaram temas, episódios ou mitos já estabelecidos. Tomemos, como exemplos: *Narciso* (1594 – 1596), de Michelangelo Caravaggio; *A Reprodução Interditada (Retrato de Edward James)* (1937), *Le Faux Miroir* (1928) e *Decalcomania* (1966), do pintor belga René Magritte (1898 – 1967); *Metamorfose de Narciso* (1937), de Salvador Dalí. Numa abordagem tendenciosamente freudiana, podemos afirmar que o indivíduo é muito mais do que aquilo que pensa ser; é, simultaneamente, o que a lembrança permite e esquece, tanto dos atos mais evidentes como daqueles surgidos de ímpetos dissimulados. Como nos diz Machado de Assis, “cada criatura humana traz duas almas consigo: uma que olha de dentro para fora, outra que olha de fora para dentro” (1962: 346). Em parte, o que estas três obras surrealistas representam é a dualidade entre um *eu* e um *outro* e, nessa alteridade, o conhecimento pessoal através de um modo simbólico, comunicacional, imagiológico, metafórico e sensível que o indivíduo projeta à medida que define os contornos e as fronteiras socioculturais, mentais e ideológicas, estéticas e humanas. Representa simultaneamente um olhar direcionado para o infinito e para dentro; a compreensão e reconhecimento do ser estrangeiro dentro de si. Simboliza uma procura e as múltiplas formas de esta ser feita através de um retorno às essências comuns, sendo que, como nos dizem Machado; Pageaux relativamente à literatura comparada, “essa viagem, numa perspectiva cultural, é um conjunto de informações, mas é importante fixar a atenção na maneira e nas formas estéticas escolhidas para exprimir esse tipo de testemunho” (2004: 42).

3.2.2 - A Duplicidade na Literatura

O fenómeno de duplicidade está patente num número vasto de obras literárias. Alguns autores tornaram esse conceito bastante evidente, como George Orwell, no seu romance *1984*. Nesta obra, o autor propõe o termo “duplipensar”, ou seja, a capacidade de o indivíduo possuir para si, simultaneamente, duas crenças antagónicas, sem que nenhuma se anule perante a outra ou cause conflito cognitivo.

Se entendermos a ipseidade como o que caracteriza um indivíduo como ser único e irrepetível, e após leituras como: *A Metamorfose*, do escritor tcheco de língua alemã Franz Kafka (1883 – 1924); *O Duplo*, do escritor russo Fiódor Dostoiévski (1821 – 1881); *O retrato de Dorian Gray*, do escritor irlandês Oscar Wilde (1854 – 1900); *O*

estrangeiro, do escritor, romancista, dramaturgo e filósofo francês Albert Camus (1913 – 1960); *O Homem Duplicado*, de José Saramago (1922 – 2010); ou atendermos à heteronímia do poeta português Fernando Pessoa (1888 – 1935), mais especificamente ao poema de Alberto Caeiro: *Quem vê é só o que vê, / Quem sente não é quem é, / Atento ao que sou e vejo, / Torno-me eles e não eu*, verificamos facilmente que só a dúvida remete para o enalço da desejada verdade, só o obscuro desconhecido expede para a inteireza do verdadeiro, só o desdobramento vário solidifica o indivíduo como existência inegável e plena de si mesmo, dado que “quem não tem sombra, que não ande ao sol” (Chamisso, 2005: 128). Mas, todo o indivíduo é o resultado de um jogo de forças e de manipulação ideológica. O livro *Admirável Mundo Novo* (1932), de Aldous Huxley, em que as personagens são formatadas (quer psicologicamente, que biologicamente) no sentido de obedecerem às regras da sua sociedade, retrata isso mesmo. Por outro lado, é de salientar que o maior confronto ocorre entre o indivíduo e a consciência de si. Um exemplo que espelha esta afirmação é a história de Harry Haller, um misantropo de meia-idade que luta contra a precaridade da sua condição humana e a insustentabilidade do eu, narrada por Hermann Hesse no seu livro *O lobo da Estepe*, publicado em 1927.

No entanto, a abordagem que Carla Cunha faz de “Dulpo” no *E-Dicionário de Termos Literários*, tendo em conta a teoria de Milica Živkovic, consente o acrescento de que este fenómeno pressupõe um desdobramento da personalidade (como se verifica com as personagens *Dr Jekyll e Mr Hyde*, na novela gótica do escritor escocês Robert Louis Stevenson, publicada originalmente em 1886), cuja entidade se verifica autónoma da original e que nem sempre se desenrola pacificamente, obedecendo ainda a um processo de autoconsciência ou exteriorização de loucura (como no conto *William Wilson*, publicado pela primeira vez em 1839, de Edgar Allan Poe), pela qual o sujeito tenta afastar a ideia de uma finitude de si, ou ainda no conto *A Sombra* de Hans Christian Andersen, onde o aparecimento enigmático e nefasto do *Duplo* ocorre. Deste modo, o processo de autoconhecimento só é possível na presença do *outro* e, assim, através da *alteridade*, pelo que cada sujeito está eminentemente à mercê dos valores morais da sociedade a que pertence (e ainda, de acordo com o dilema da autoconsciencialização do que representamos perante nós mesmos e os outros: matéria ou alma? eu ou sombra? como o botânico e poeta Adelbert von Chamisso nos aludiu com *A história fabulosa de Peter Schlemihl*, publicada 1814, ou de acordo com tentações maléficas que provocam a fragilidade humana, como aconteceu com a personagem

Spickherr na obra *O reflexo perdido*, de Ernest Theodor Amadeus Hoffman, um dos mais revelantes nomes do romantismo francês dos séc. XIX).

Verificamos assim, na sequência do que Carlos Ceia nos dá a saber no seu *E-Dicionário de Termos Literários*, que estes fenómenos podem assumir diferentes assunções: segundo o psicanalista francês Jacques-Marie Émile Lacan (1901 – 1981), a escritura do *outro* em oposição ao *outro*, que é simétrico do eu imaginário; segundo o filósofo alemão Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770 – 1831), que a ideia é considerada na sua *alteridade*, no tornar-se exterior a si própria no mundo natural e que, sobretudo, a *alteridade* é um processo de identificação do sujeito em si mesmo e no mundo.

Ao longo do tempo, nas mais diversas sociedades e culturas, existiram, artisticamente representadas, inúmeras figuras (especialmente animais: serpentes, dragões, leões, aves, etc.) que remetem para uma interpretação simbólica e para uma aceção maniqueísta, devido à dupla polaridade manifesta. Podemos compreender que esta dupla polaridade corresponde, simbolicamente, à dual manifestação humana no que concerne à natureza da sua personalidade. Algumas religiões também celebram a alma como um *duplo* do ser humano, que se desprenderá do corpo no momento em que morre, reencarnado noutra corpo. Esta trasfega espiritual pode ocorrer também durante o sonho. A representação imagética que o ser humano produz de si mesmo é um desdobramento. “Por outro lado, a psicoterapia conhece os fenómenos de desdobramento histérico ou esquizofrénico da personalidade. As perturbações do eu apresentam-se à psicanálise como símbolos” (Chevalier; Gheerbrant, 2010: 275). Também, segundo estes últimos autores, um outro desdobramento ocorre aquando da tomada de consciência de si mesmo por parte do eu cognoscente e consciente e o *eu* conhecido e inconsciente. Ou seja, “o eu das profundezas, e não o das percepções fugidias, pode aparecer como um arquétipo eterno e, segundo as análises de Henry Corbin a partir de textos do sufista Sihrawardi, como o Homem de luz, o Eu-luz, o Guia pessoal, o Anjo Iniciador, a Testemunha do Céu, a Natureza perfeita, o Gémeo celeste [...] o que o cristianismo, de certa forma, traduzirá por Anjo da Guarda” (*Ibidem*: 275).

3.2.3 - A Duplicidade na Tradução

Na literatura, nomeadamente na tradução, este confronto com o *outro* surge de forma proeminente. Se, como nos diz Marguerite Yourcenar, “le "moi" est une commodité

grammaticale, philosophique, psychologique" (Yourcenar, citada por Real, 1988: 83), cada indivíduo insere-se, de acordo com a sua língua, numa determinada sociedade, numa certa população que partilha os mesmos códigos linguísticos, que será o mesmo que dizer, numa primeira instância, que se compreendem verbalmente. O alcance dessa língua sobreleva de igual modo a amplitude gnóstica e/ou científica que ela pode atingir, caso absorva de outras culturas ou línguas diferentes o conhecimento que, afinal, deriva da mesma origem: a condição humanal. Assim, “compete à literatura comparada, devido à sua amplitude dos campos de investigação, de recolocar nesse horizonte prioritariamente icónico as manifestações da literatura actual e de delimitar os intercâmbios e as transferências que as unem” (Brunel; Chevrel, 2004: 284).

Através dos estudos comparativistas e das transposições intersemióticas, de que a literatura comparada se tem ocupado na exegese literária de *corpus* textuais, pode-se confirmar que muito do que importa ao tradutor é a trasfega ímpolita da essência do texto literário de um campo linguístico para outro, sem que a emoção original sofra uma transformação que a demova de ser ‘original’ depois de traduzida, atendendo que “o texto literário compreende uma dimensão virtualmente intertextual, na medida em que é possível relacioná-lo com outros textos que com ele dialogam e nele se projectam” (Reis, 2008: 169). Contudo, o bom tradutor tem que conhecer muito bem a língua que acolhe o texto estrangeiro.

Exemplifiquemos com o poema “À une passante” (*Les Fleurs du Mal*, 1857) de Charles Baudelaire, poeta crítico e tradutor Francês, ainda mais se atendermos à influência incontestável que sofreu das artes plásticas do século XIX. Podemos verificar pelas três traduções feitas (duas delas pela mesma pessoa) que o resultado final de uma tradução difere sempre, em menor ou maior escala, de outra tradução. No caso do texto produzido por Fernando Pinto do Amaral, na estrofe da primeira quadra traduziu “A rua ia gritando e eu ensurdecia”, e na estrofe do primeiro terceto verteu para português “Um raio... e depois noite! – Efémera beldade”, se compararmos com o que escolheu para tradução Maria Gabriela Lhansol – nos respetivos trechos geográficos do soneto: “A rua ensurdecidora em meu redor berrava” e “Um raio... em seguida, a noite! __ Beleza fugitiva” –, verificamos que existem diferenças a nível da escolha e ordenação de vocábulos, adjetivos e disposição das orações, comprovando assim que a versão de um texto estrangeiro não se reduz à tradução, com recurso ao sinónimo integral, de palavra a palavra, sendo a tradução de Maria Gabriela Lhansol o exemplo mais óbvio.

Muitas vezes, o tradutor atende, em prioridade, à emoção e à essência idiossincrática intrínsecas no espírito do poema ou texto original, ou seja, a tradução está muito para além da modificação de elementos lexicais e gramaticais entre línguas diferentes. Quando se enceta a tarefa de descartar elementos linguísticos básicos da língua fonte, tratando-se sobretudo de expressões idiomáticas e de metáforas, ou quando se tenta contextualizar um texto de uma época distinta – havendo necessidade de uma interdisciplinaridade por parte do tradutor ou investigador comparativista, muitas vezes adotando metodologias de estudo similares a áreas de investigação social (i.e. a Antropologia, História, Sociologia, Política, Psicologia, etc.), pois “a interpretação e o juízo estético provêm de uma câmara de ressonância de pressupostos e de reconhecimentos de natureza histórica, social e técnica” (Steiner, 2003: 150) –, com o objetivo de reconhecer uma identidade expressiva comum, o tradutor pode confrontar-se com o problema ou dificuldade de estatuir sobre qual a natureza ideal e exata do nível de equivalência. No entanto, “a tradução torna-se efectivamente na outra vida de um texto, um novo ‘original’ numa outra língua. Esta concepção positiva de tradução vem reforçar a importância da tradução enquanto acto de comunicação simultaneamente intercultural e intemporal” (Bassnett, 2003: 15).

3.2.4 - A Duplicidade no Cinema e na Adaptação

No cinema, particularmente na adaptação, também se verifica a questão que nos ocupa: a passagem de significado de um corpo para um outro corpo. Podemos apurar, nesta arte, que a questão de duplicidade também ocorre, se tivermos em conta todo um processo de adaptação das diferentes linguagens cinematográficas. Começemos por entender em que consiste este método de adaptação para depois averiguarmos se a criação fílmica é resultado de um desdobramento fiel do texto original de onde partiu ou se, dentro dessa trasfega regeneradora, o filme é uma *outra* identidade literária. Tomemos como referências, nesta presente consideração, os filmes *Frankenstein*, de 1931, realizado por James Whale, baseado no livro homónimo de Mary Shelley, um romance de terror gótico influenciado pelo movimento romântico, *The Talented Mr. Ripley*, de 1999, realizado por Anthony Minghella, baseado no livro de Patricia Highsmith, ou mais recentemente em *O Duplo* (2014), do realizador Richard Ayoade, baseado no livro homónimo de Fiódor Dostoiévski.

O conceito de adaptação leva-nos a considerar vários processos de análise e a posicionar-nos em várias perspectivas de compreensão, posto que, devido às especificações da adaptação cinematográfica, há que ter presente a narratividade como o aspecto mais relevante face à aproximação que a linguagem literária proporciona à linguagem cinematográfica. Ou seja, “através de análise do modo como a consecutividade temporal das unidades narrativas de ambos os sistemas semióticos se articulam” (Einstein, 1943: 33, citado por Tudor, 1999: 42).

Se, numa primeira análise, temos de compreender o termo adaptação, tanto no que possibilita como no que limita – tendo em conta o recurso da equiparação dos sistemas semióticos da obra de origem para a obra de destino –, será importante não descurar que este fenómeno nunca carece de uma miríade de interpretações, de «apropriação de sentidos», feitas para que a essência do texto, o espírito significativo do texto literário, seja (re) conhecido através dos meios, recursos e finalidades “a partir da heterogeneidade da matéria de expressão cinematográfica” (Belo, 2005: 146), para que esta reinterpretação da natureza textual faça renascer a alma do texto em outro corpo, em outra materialidade,

Será, todavia, extremamente redutor dizer-se que uma transcodificação semiótica consiste na simples passagem de um determinado significado de um sistema para outro sistema. Na verdade, “a tradução das palavras em imagens implica muito mais do que uma busca das equivalências: a passagem de uma visão do mundo para outros” (Brunel; Chevrel, 2004: 303). A adaptação faz-se através de um constante relacionamento comunicacional, que não se esgota quando o cineasta acaba de ler a obra literária que o inspirou, dado que “o seu objectivo é oferecer uma experiência perceptual que corresponda àquele que se obteve conceptualmente afirmando assim, indirectamente, que entre a experiência conceptual da leitura literária e a experiência perceptual da recepção cinematográfica não existe uma identificação, mas pode existir uma «correspondência», uma resposta afectiva, emotiva e significativa «semelhante»” (Mcfarlane, 1996:21). Assim, torna-se fulcral reconhecer que este fenómeno de «correspondência», prolífico do conceito de ‘fidelidade’, que pode variar de acordo com a proporcionalidade da ‘liberdade-criativa’ de cada realizador, ganha uma dimensão que, logicamente originada por confrontos dicotómicos, poderá também ser entendido como ‘transferência’, ‘comentário’, ‘analogia’, ‘transposição’ entre outras designações. Assim, “a transposição cinematográfica, quando aborda o imaginário poético, está,

talvez mais ainda do que o romance, apto a enriquecer o processo criador inicialmente assumido pelas palavras” (Brunel; Chevrel, 2004: 300).

Se para uns autores (McFarlane, como exemplo) há a necessidade de diferenciação entre dimensão narrativa e dimensão enunciativa do romance e do filme, para outros autores, em que Barthes figura como referencial teórico, a narrativa é estruturada por várias funções significativas, em que podemos considerar as «distribucionais», ou seja, aquelas que dizem respeito às ações e aos acontecimentos, e os «índices» ou «integracionais», isto é, que dizem respeito à informação relacionada com as personagens, as suas identidades essenciais, a representação do espaço onde operam – sendo que, para este último teórico, são as funções que são alvo de transferência de um sistema para outro, após sofrerem óbvias alterações. Nesta perspectiva de adaptação, podemos, provavelmente com mais sensatez, assumir este termo no plural, uma vez que pode “referir-se a processos de transposição intersemiótica significativamente diferentes, tanto no que diz respeito ao método, como ao objectivo e ao resultado concreto, para não mencionar a qualidade específica da obra fílmica como tal” (Belo, 2005: 152). O pressuposto de que a adaptação é originada por um fenómeno de ‘identificação estética’ entre os criadores literários e cinematográficos, em muitos casos é, tal como afirmou o realizador italiano Mario Martone, como um «acto de amor». Admitimos, então, que são os aspetos de interpretação, que se concretizam no momento da leitura do texto literário, que fazem desembocar, da realidade prévia, uma realidade consequente, contudo, autónoma, mantendo relações relativamente complexas com o texto original. Desta forma, “a intertextualidade ajuda a transcender as aporias da ‘fidelidade’” (Naremore, 2000: 64-65). Apenas através do diálogo dinâmico entre o texto literário e o texto consequente, o fílmico, se poderá compreender com profundidade até que ponto estas duas dimensões se cruzam, se distanciam e/ou se complementam.

É esta a intimidade relacional, esta cumplicidade afetiva, que evidencia uma experiência conceptual provocada pela narrativa literária e que, assim, suscitando pela perceção sensível da imaginação, apela que a existência gramatical ressurgja numa visualização efetiva. Nesta linha de raciocínio, podemos considerar a obra fílmica como um processo continuado da obra literária, em si, parcialmente terminada. Apenas o desconhecimento, por parte do espetador sobre o fenómeno da adaptação, poderá levar, por vezes, a que este considere de forma desqualificada o interesse artístico de um filme baseado num determinado romance. Com esta noção, torna-se possível a noção de que “a boa

qualidade do filme, isto é, o seu equilíbrio interno, a sua capacidade emotiva e estética e a sua eficácia na reelaboração e transmissão dos vários níveis narrativos e, particularmente, do estrato das suas unidades significativas, são mais determinantes para a satisfação do espectador do que a suposta ‘fidelidade’ a todos os elementos constituintes do texto literário ou uma impossível coincidência entre sugestão imagética do leitor e as opções concretas do realizador” (Belo, 2005: 159). São, portanto, operações como a *adição*, a *subtração*, a *extensão*, o *recurso à voz narrativa* (operações que Sara Contellazzo e Dario Tomasi consideraram nucleares como «princípios da adaptação») que possibilitam, depois de detetados na obra fílmica, um maior deslumbramento e maior reconhecimento do valor do produto artístico realizado. Se bem que o termo ‘fidelidade’ possa assumir conotações pejorativas para este contexto, uma vez que nos remete a arte cinematográfica para um plano de criação inferior ao da arte literária, urge insistir na ideia de que a adaptação sendo, por um lado, um processo de ‘filiação’ constitui-se como um ato livre de (re) criação mais do que um ato mecanizado de reprodução subordinada. Assim, emerge como legítimo recusar o processo de adaptação como uma transposição literal, por vezes, suscitada pela ideia de uma estrita e hierarquizada relação intertextual, convergida, como exemplo máximo, pela noção que a partilha do mesmo título origina, visto que ela é uma transfiguração semiótica de significados similares, onde a captação da «essência vital» condensa o principal desafio.

Concluimos, para este tópico, tendo em conta todos os parâmetros e particularidades já referidos, que “a adaptação cinematográfica não é um fenómeno de crítica literária” (*Idem, Ibidem*: 163). Sejam as atmosferas interiores do romance, em vez da sua literal história patente, que são adaptadas ou, por outro lado, as ideias, a alma metafórica imbuída nas personagens ou incidentes dessa história, “o valor artístico de uma obra depende, em última análise, da sua capacidade de evocar abreviadamente, por fulgurações momentâneas, o mundo real das coisas, dos lugares, das pessoas, das experiências do leitor” (Ingarden, 1979: 369). O cinema, tal como as mais variadas formas de arte, longe de pertencer a um reino inferior de criatividade e originalidade, constitui-se como uma ferramenta da sensibilidade humana para – de igual modo como a literatura, a música, a dança, a pintura – veicular a realidade através de recursos estéticos e processos tecnológicos, de si naturais, tendo como princípio que “a metamorfose do visual no tátil e a impossibilidade do olhar distanciador têm uma

consequência importante: a recusa da lógica dos efeitos e das causas que orientava até então a narrativa” (Brunel; Chevrel, 2004: 306).

Não existem, contudo, barreiras maiores que impossibilitem um diálogo frutífero e regenerador entre as diferentes artes, bem como na própria arte. Pois, como diz Cesare Pavese, “tutta l'arte è un problema di equilibrio fra due opposti”.¹⁸ De facto, cada discurso recorre frequentemente a procedimentos típicos de discursos de outras artes – tome-se o exemplo dos discursos publicitários ou as passagens narrativas mais visualmente sugestivas. No entanto, “as inter-relações tornam-se mais complexas, problemáticas e controversas quando se procura alcançar um nível de semelhanças, analogias ou isomorfias de ordem estrutural e técnico-formal, ou seja, quando se ultrapassa o plano estritamente semântico e se entra no domínio das equivalências, correspondências e analogias entre os signos” (Silva, 2004: 172). Nesta perspetiva, em que algumas diferenças entre discursos se apresentam como indícios fecundos de fronteiras, e apesar da fruição de um livro ou de um filme desenvolverem no indivíduo posições particulares de sensibilidade e de entrega emocional, concluímos que, acima de tudo, “imagens e palavras constituem um todo indiferenciado dizendo a complexidade indissociável do mundo” (Brunel; Chevrel, 2004: 310).

3.2.5 - Duplicidade Virtual da Arte

A história da humanidade é uma narração de contrastes, de coexistência de opostos, de transformações e regenerações. Desde a filosofia taoista do *Yin e Yang* ao cotejo cíclico do dia e da noite, da relação física entre matéria-energia ao recente conceito de antropologia *Cyborg*, da programação linear (na matemática) ao sistema binário do computador, tudo remete para a dualidade, para o desdobramento, para o *outro*.

A imagem detém, assim, um papel estruturante e, em larga escala, reestruturante da realidade. Esta exerce-se, especialmente com o aparecimento dos novos média, num apelo emotivo reforçado pelo seu cariz estético. Na verdade, não há ação sem comoção. Noutra perspetiva, podemos compreender que a própria imagem provoca uma sedução no ser que a vislumbra e possui, podendo levar, num ato iconoplástico, à sua própria alienação. Como nos diz Rosset “a técnica geral da ilusão é, na verdade, transformar

¹⁸ O presente aforismo está referido na página de Internet *Cesare Pavese: Aforismi, tratti da “il mestiere di vivere”*, organizada por Giuseppe Bonghi. [Consultado em 2014-12-23]. Disponível em <http://www.classicaliani.it/pavese/pavese_aforismi.htm>

uma coisa em duas, exatamente como a técnica do ilusionista que conta com o mesmo efeito de desdobramento e de duplicação da parte do espectador: enquanto se ocupa com a coisa, dirige o seu olhar para outro lugar, para lá onde nada acontece” (1998: 20). Esta determinação pode ainda ser dotada de maior intensidade e dramaticidade, se influenciada pelas novas tecnologias, pois, segundo o entendimento de Ellul, estas aniquilam as potencialidades imaginárias do homem, tornando-o num estrangeiro para si próprio.

As novas tecnologias, em especial os videojogos, vieram a provocar uma fragmentação da identidade que a modernidade promoveu. O jogo é uma promoção inequívoca do momento presente. Em larga escala, a pós-modernidade é, assim, uma correspondência ao tempo dionisíaco. Ocorre, neste período temporal, o apelo ao simulacro, no entendimento de Baudrillard; o apelo à ilusão, no discernimento de Freud. Para este último autor, “o «Outro» desempenha sempre na vida de um indivíduo o papel de um modelo, de um objecto, de um associado ou de um adversário” (2004: 83). Os indivíduos fundem-se nas suas pseudo-individualizações (através de *nicknames*), nas suas múltiplas existências, por exemplo, os *Avatares* (que nas tribos Hindu, representavam as múltiplas encarnações dos Deuses).

Pelo que já foi exposto, dizer apenas que as tecnologias provocaram uma forma de partilha de informação em rede é demasiadamente redutor. As novas tecnologias operam num conjunto vasto de experiências, feitas através de conexões ultrarrápidas e plurifacetadas. Esta aceleração trouxe a amamentação de uma nova materialidade, pelo que as artes digitais procuram compreender, mais do que substituir as artes tradicionais, ainda dentro desse útero virtual.

Em certa medida, o imaterial é a potencialização técnica do imaginário. Porém, o virtual não significa a negação do corpo, apenas remete a consciência do seu portador para outra dimensão de representabilidade. Neste cenário, a arte virtual assume um papel de reconhecimento na densa floresta pós-moderna. A arte virtual não propõe mais a imitação da natureza e os seus auspícios herméticos, mas sim refletir o fluxo da sua intimidade. Metaforicamente, a arte deixou de ser *Frankenstein* para ser *Cyborg*. A única característica que se mantém é a relação de dualidade, de duplicidade, que floresce, também com a arte, de forma vertiginosa.

Nesta nova realidade, particularmente com as redes sociais e especialmente na comunicação de conteúdos artísticos, a criação cultural, enquanto veículo ideológico e

propagandístico, tornou-se uma fixação imperativa e, frequentemente, despótica. Neste ponto, parece-nos muito adequado acrescentar a seguinte afirmação:

“A descoberta do valor propagandista das criações culturais e da arte em especial foi feita cedo na história do Homem e amplamente explorada, ao passo que milhares de anos se passaram antes de o Homem estar preparado para reconhecer o carácter ideológico da arte em termos de uma teoria explícita, para exprimir a ideia de que a arte persegue fins práticos, quer consciente quer inconscientemente, e que é ou franca propaganda ou propaganda disfarçada.” (Hauser, 1988: 14)

A Internet facultou, antes do mais, uma proficiente forma de exercer uma determinada propaganda ideológica. Esta propaganda, aliada à arte e ao uso das redes sociais, multiplica-se na sua eficácia. A realidade digital recriou uma nova forma de comunicação, de exploração do *eu*, de intervenção no *outro*. O usuário passa a estar exposto a uma dualidade, por um lado, feita de ficção, por outro lado, dependente desta mercadoria visual. A dualidade a que nos referimos propõe conceber as redes sociais virtuais como um novo veículo de cultura ou como o veículo de uma cultura nova.

“Na sociedade da informação e da comunicação, o que está em causa, acima de tudo, é a celebração das alteridades dos indivíduos, mas do que a celebração das suas semelhanças ou diferenças” (Wolton, 2000: 9). Este jogo de intertextualidades emocionais estende-se ritualisticamente até ao ponto de se desconhecer quem incita o quê: se o indivíduo planeia esse mundo de ilusão, se esse mundo ilusório modela o indivíduo. As redes sociais, como o Facebook, transformam-se em álbuns de memória coletiva, em espaços de cogitação grupal, onde a arte, como elemento estético por natureza, alicia a adesão e a participação.

Um exemplo paradigmático do uso das redes sociais como veículo ideológico pode ser descrito na sequência do ataque terrorista ocorrido no dia 7 de janeiro de 2015 ao jornal Charlie Hebdo – publicação que usualmente satiriza acerca de outras culturas religiosas, em particular do Islão – que acabou por matar 12 pessoas, incluindo o editor Stephane Charbonnier. Esteve na origem deste massacre uma caricatura do profeta Maomé. O que comprova o quão relevante a imagem se apresenta para a sociedade. A indignação alastrou-se por todo o mundo, com vigílias e protestos das populações, de discursos políticos e outras manifestações ideológicas. No entanto, é de notar que as redes sociais ficaram prenhes de ilustrações e caricaturas da mesma natureza que a primeira publicada pelo jornal, executadas por todo o tipo de usuários, profissionais e amadores,

e reivindicando assim o direito democrático da liberdade de expressão. Mais uma vez, as redes sociais serviram de meio para duplicar, e multiplicar, o caráter ideológico da expressão original, por via da arte e da imagem, amplamente ligadas à cultura das sociedades.

A virtualização da arte, patente nas plataformas digitais, domina as comunicações interpessoais e servem de veículo para exteriorizar sentimentos, desejos, medos, dúvidas pessoais. A partilha dessa arte não obedece tanto à tentativa de compreender o mundo, a sociedade, a cultura outra, mas de recurso para representar imgeticamente os sentimentos que os usuários decidem partilhar publicamente. O usufruto da arte transvasa, deste modo, a mera observação; é a própria observação; constitui-se como extensão do indivíduo duplamente imerso em si. Cria-se, neste cenário, a possibilidade de uma omnipresença e de uma acessibilidade nunca antes possível e, porque a virtualização da arte assim permite, o indivíduo torna-se parte dessa arte; um elemento integrante e de natureza aditiva, regenerado a cada acréscimo pela hibridação (mundo real e mundo virtual) desta experiência. Mas há uma questão incontornável que diz respeito a toda a comunicação, virtual ou não: a conformidade perante o existente. Como afirma Wolton, “A procura é sempre, por necessidade, mais conformista do que a oferta” (2000: 60). Embora a oferta e a procura se complementem, é quem define a oferta quem domina a comunicação. Muito embora também afirme o autor que “o controlo das imagens não garante o controlo das consciências” (*Ibidem*: 65).

Há, no entanto, que considerar que a Internet, para funcionar integralmente na sua dimensão social, não pode, especialmente na sua vertente cultural, ser unicamente um espaço de mercado e transação, uma espécie de feira das artes. Remeteria, esta condição tecnológica, a arte para uma entropia inevitável de onde nem os desígnios mais puros se salvariam da destruição infligida pela imediaticidade e pela reprodutibilidade técnica que nos alvitrou Walter Benjamin. Apenas com a confluência harmónica entre tradição e inovação as novas tecnologias poderão propor à arte um espaço fecundo de exploração e entusiasmo cognitivo, em vez de permanecerem como uma intrincada base de dados, inserida num espaço de controlo, inapetecível ou simplesmente dominadora perante a percepção. O equilíbrio desta duplicidade, tradição e inovação, é o Meio-dia que alude o preâmbulo deste capítulo, o instante preciso onde o eterno e a revelação afluem. Alcança-lo é uma utopia, mas não permanecer nele é a maior forma de ausência, o maior estado de duplicidade.

CAPÍTULO 4 – A TARDE OU A LUMINÁRIA DA PROBLEMÁTICA DE INVESTIGAÇÃO

*Ah! Querem uma luz melhor que a do Sol!
Querem prados mais verdes do que estes!
Querem flores mais belas do que estas que vejo!
A mim este Sol, estes prados, estas flores contentam-me.
Mas, se acaso me descontentam,
O que quero é um sol mais sol que o Sol,
O que quero é prados mais prados que estes prados,
O que quero é flores mais estas flores que estas flores -
Tudo mais ideal do que é do mesmo modo e da mesma maneira!*

Alberto Caeiro, in "Poemas Inconjuntos"

Neste quarto capítulo demarcaremos a questão que decidimos perscrutar, para lançar sobre ela, para além de todo um olhar crítico, uma compreensão que permita entender o rumo que a arte enfrenta e, dentro do que nos é possível conjeturar, que enfrentará face aos novos recursos tecnológicos que a alumiam e, por sua vez, se deixam atear.

Os termos que compõem o título deste capítulo apresentam-se, também eles, simbólicos. O termo Tarde remete-nos imediatamente para o símbolo sol (elemento poderoso desde os primórdios dos tempos, associado à criação do mundo). Este representa a força e a vitalidade cósmicas. Norteador e alusivo à elucidação, o sol é a energia suprema que vem dissipar as trevas. Símbolo do nascimento, mas também da morte e da ressurreição, é regenerador da esperança. Associado a deuses, como Apolo, Ícaro ou Hélio (deuses gregos), Surya (deus hindu), Khepri (deus egípcio), Tonatiuh (deus asteca), orientaremos a nossa curiosidade para o seu fulgor, tal como uma flor de lótus, ou um girassol. O outro termo, Luminária (do latim *luminarĭa* e que significa «coisas que dão luz»), traz a mecanização do primeiro termo, dado que representa todo o aparelho ou máquina de iluminação que, alimentado por combustível ou fonte elétrica, é usado para criar uma ambiência luminosa e feérica, usualmente em eventos festivos e de exultação popular. De uma forma e de outra (pela contemplação natural e pesquisa metodológica) analisaremos concretamente, sob a luz que melhor desvendar, a problemática desta investigação.

A arte, em qualquer momento da história humana, serviu para revelar a vida nas suas mais variadas manifestações. É pela arte, sobretudo, que se exercem as linguagens excelsas das emoções e dos sentimentos. Serviu, de igual modo, ao longo dos tempos, para postular a adesão emocional, bem como a crença ideológica, dos demais perante determinado poder (político, económico, religioso, social). Na contemporaneidade, este

fenômeno não é exceção. Especialmente com o aparecimento das redes sociais. Estas potenciam a arte, da mesma forma que a arte as potencia em virtude de um interesse maior qualquer. Em interações desejavelmente baseadas na confiança e, simultaneamente, pelo ignoto dessa condição, ocorrem as mais variadas partilhas de conhecimento.

As novas plataformas de comunicação, nomeadamente os meios interativos emergentes, estão a afetar profundamente o modo como os indivíduos comunicam e, por conseguinte, como se comportam na sociedade. Estes novos processos de comunicação e de interpretação de informação levam, primeiramente, à adaptação do sistema neurológico. Dotados de complexos conteúdos cognitivos, os contextos virtuais obrigam o usuário a adquirir novas estratégias para selecionar e envolver-se, como parte integrante, nessa informação. As consequências deste ato são tão amplas quanto a amplitude da proliferação das mensagens que enfrenta. Desde logo, porque afetam e modificam os meios e as formas de comunicação tradicionais.

As novas tecnologias fizeram surgir um imaginário (quer coletivo, quer pessoal), dotado de novos valores e propósitos. As novas tecnologias propuseram, assim, uma viagem totalmente renovada de representações e envolvimentos. Os limites apetecíveis desta expedição passaram a ser, não a linha do horizonte longínquo, mas o momento sideral de não haver mais espaço para o finito. A utopia ganha aqui nova tessitura, sobrealçada pelo desejo e trocal posicionamento face ao prolongamento musical de que o silêncio da máquina exalta. A comunicação mudou, portanto. Também a arte, inevitavelmente. O mundo virtual preenche as horas com milésimos de segundos de outra ordem. Ganha o virtual, desse modo, a autonomia e a emancipação que faltava à realidade para ser imensamente real e insubstituível. Mas até que ponto a virtualidade da arte pelas redes sociais, pela rutura que infligiu sobre o modo tradicional de produzir e consumir arte, muda a própria arte e, simultaneamente, o indivíduo? Constituirá esta mudança numa simples trasfega em que a matéria ganha nova propriedade? Ou será que a arte, agora dominada pelo processamento da máquina, aparta os atores sociais para um plano de meros espectadores de si mesmos? Revelação transfigurada ou duplicidade fictícia, para que “Ítaca” motiva a arte encetar jornada? Se “a globalização da comunicação obriga-nos a pensar a questão da alteridade” (Wolton, 2004: 30), também é certo que “a cultura não se reparte, nem é o duplo da experiência operacional” (Francastel, 1998: 78). Deste modo, verificando que a obra de arte se tornou, em inúmeros casos, num mero produto transacionável, velozmente e facilmente acessível, é também constatável que serve de

meio para adquirir estatuto social e cultural, ao invés de possibilitar, genuinamente, a interpretação e compreensão do mundo. Admitindo esta realidade, é imediatamente reconhecível que a arte está no meio de dois grandes domínios: a cultura e a comunicação. Contudo, não é este o enfeixamento que despoleta a problemática desta investigação, mas sim, e sobretudo, a qualidade, a harmonia e o escrúpulo desta articulação, pois “a cultura e a comunicação tanto podem estar do lado dos valores como do lado dos interesses, tanto da racionalização como da emancipação, tanto da luta política como da economia de mercado” (Wolton, 2004: 25).

Fundamentalmente, na era pós-moderna que se atravessa, “a técnica, apesar de tudo, é sempre uma virtualização” (Francastel, 1998: 155), mas até que ponto essa arte consagra, ao artista e ao seu destinatário, uma plena realização pessoal?

4.1 - Modelo de Análise: racionalidade e relacionamento de conceitos

No quadro abaixo representado figuram os elementos basilares que servirão de referência e que nortearão a presente investigação. Será, posteriormente, efetuada uma análise empírica de natureza qualitativa dos dados obtidos por meio da metodologia de investigação escolhida. O modelo de análise é de importância primordial, uma vez que “construir o modelo de racionalidade consiste, portanto, em definir os critérios de racionalidade que o estruturam e em precisar a hipótese fundamental que ele implica e que o constitui” (Quivy, 1998: 262). Assim, propomo-nos seguir criteriosamente a relação pragmática dos conceitos elencados, de forma a obter uma lógica sequencial de informação que, canalizada ao encontro do objetivo central desta tese, permitirá colher o conhecimento específico para a questão nuclear que nos ocupa.

Entendemos, por coerência e pela abrangência de significação que assume, eleger como conceito capital a *Virtualização da Arte pelas Redes Sociais*, uma vez que caracteriza o eixo teórico e conceptual onde assentam todas as abordagens teóricas efetuadas até este ponto. Deste conceito principal, ramificam-se três grandes dimensões, que correspondem às três extensões a ser analiticamente percorridas. A primeira dimensão, *Utilização da Arte pelas Redes Sociais*, incide concretamente no modo, e por que propósitos utilitários, a arte, nos seus mais variados géneros e exteriorizações, manifesta-se no exercício comunicacional nas redes sociais. Indagaremos esta questão tendo como referência os indicadores explanados, que vão desde os *tipos de redes*

sociais utilizados; frequência da utilização; gênero de arte consultada/divulgada; até à satisfação e/ou constrangimentos sentidos. A segunda dimensão, *A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética*, recai no assunto explorado no segundo capítulo da presente investigação e procurará fornecer informação útil, de acordo com os indicadores expostos, para compreendermos com mais profundidade a relação cognoscível e gnóstica entre o virtual e o usuário, dada a sua natureza sensitiva, simbólica e mítica, que levam o processo da virtualização da obra de arte a tomar as dimensões alegóricas de uma transfiguração aos olhos do usuário pertinente. Para a terceira dimensão, *A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica*, refletindo o conteúdo sondado no terceiro capítulo, procuraremos depurar as informações reunidas para entender o fenómeno da duplicidade, na perspectiva das novas tecnologias e em relação com o ato criativo, i.e., se a virtualização da obra de arte pelas redes sociais impõe ao usuário a recriação da sua identidade de modo a adaptar-se a esse novo mundo, tal como a arte se transformou na forma e modo como se apresenta.

Quadro 1 - Modelo de Análise

Conceito	Dimensão	Indicadores
Virtualização da Arte pelas Redes Sociais	Utilização da Arte nas Redes Sociais	Tipos de redes sociais utilizados
		Frequência da utilização
		Gênero de arte consultada/divulgada
		Principais objetivos na utilização
		Principais preocupações na seleção
		Satisfação sentida pelo recurso utilizado
		Principais constrangimentos enfrentados
	A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética	Reconhecimento da mensagem veiculada
		Originalidade da mensagem concebida
		Integridade e plenitude da comunicação proporcionada
		Revelação emocional originada
		Principais qualidades da imagem digital
		Principais limitações da imagem digital
	A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica	Identificação com a arte virtual
		Tipo de interação com a arte virtual
		Reconhecimento cultural/ideológico
		Confiança depositada e recebida
		Sinceridade patente na interação
Principais motivações identitárias		

4.2 - Questão de Partida

De acordo com os conceitos integrantes e supramencionados no Modelo de Análise, e que refletem os principais ancoradouros da rota teórica feito até este ponto, estabelecemos como questão de partida o seguinte quesito: **A virtualização da arte pelas redes sociais é fator de deformação ou potencialização da própria arte e da identidade do indivíduo?**

4.3 - Hipóteses Consideradas

“Uma hipótese é uma proposição que prevê uma relação entre dois termos, que, segundo os casos, podem ser conceitos ou fenómenos. Uma hipótese é, portanto, uma proposição provisória, uma pressuposição que deve ser verificada” (Quivy, 1998: 136). Neste sentido, elaborámos duas hipóteses possíveis para a questão de partida. Entendemos, assim, que as hipóteses apresentadas não são mais do que meros pontos luminosos a partir dos quais esboçaremos uma possível constelação que possa, na harmonia do seu desenho e em consonância com as evidências que recolhermos, representar coerentemente a realidade em estudo e reconsiderar em consciência a sua importância.

4.3.1 - Hipótese 1: A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais constitui uma Transfiguração Imagética

A partir dos exemplos concretos apresentados no capítulo 2 (nomeadamente o episódio bíblico narrado por S. Mateus e o mito *Eco e Narciso* de Ovídio, para além de outras fundamentações que apresentámos), afigura-se como óbvio estabelecer uma analogia entre a transfiguração lá ocorrida e aquela que parece repetir-se no processo de virtualização da imagem, em concreto da arte, pelas redes sociais. Em síntese, o termo transfiguração remete-nos para uma transformação, não de essência mas de forma. O que acontece com a transição da obra de arte realizada nos moldes tradicionais para o plano virtual despoletado pelas novas tecnologias. Outros conceitos, como o tempo (atemporal) ou o espaço (ubiquidade), mostram-nos, de novo, que existem

conformidades entre os dois fenômenos. A transfiguração simboliza a revelação, a equidade, a confiança e o acesso a um mundo superior (no caso bíblico), e ao inalcançável, à vacuidade e ao aniquilamento, ao autoconhecimento inatingível e atalhado (no caso mitológico). A virtualização potencia tudo isso à arte e, por reflexo direto, ao indivíduo, se atendermos à natureza volátil e, ao mesmo tempo, de imensa fertilidade que os tempos pós-modernos impõem como significativa no seio nevrálgico e frenético da comunicação virtual.

4.3.2 - Hipótese 2: A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais constitui uma Duplicidade Ideológica

A duplicidade é, ao contrário do que já foi explanado no capítulo acerca da transfiguração, uma mudança da essência do universo interno e íntimo, mais do que a sua transformação corpórea. É, portanto, uma alteração de consciência. Neste sentido, parece-nos evidente que a virtualização da imagem, no caso concreto da imagem artística, inflige no indivíduo uma necessidade de desdobrar-se ao ponto de ser um *outro*. Como foi já referido, o conceito de *Duplo* refere uma projeção, uma *mimesis*, que se consubstancia numa entidade independente do sujeito do qual se fecundou, evidenciando nesse desdobramento uma existência própria, estabelecendo-se numa relação de relativa pacificidade ou turbulência. Este desdobramento parece ser uma defesa inevitável do indivíduo perante a torrencial manifestação ideológica veiculada pelos conteúdos virtuais a que se sujeita. Este subterfúgio de ser *outro* para sentir tudo pode estar a bloquear ou impossibilitar o indivíduo de ser ele próprio e de entender a arte segundo a sua própria e genuína natureza.

CAPÍTULO 5 – O CREPÚSCULO OU A METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

Entre o primeiro crepúsculo e o último, sempre o corpo todo se deixou penetrar por esse ardor que se fazia carícia na parte mais diáfana e imponderável do ser, e a que, se não lhe chamarmos luz também, não saberemos nunca que nome dar.

Eugénio de Andrade, *in Vertentes do Olhar*

Neste quinto capítulo projetaremos a metodologia a ser utilizada na presente investigação. Definiremos, assim, o método e as técnicas neste processo de recolha de informação. Delimitaremos, também, a amostra populacional na qual incidiremos o nosso estudo e reflexão.

O termo Crepúsculo representa, na sua simbologia e para este momento da pesquisa, “o fim de um ciclo e, conseqüentemente, a preparação de uma renovação. O crepúsculo é uma imagem espaço-temporal: o instante suspenso. O espaço e o tempo vão soçobrar ao mesmo tempo no outro mundo e na outra noite. Mas esta morte de *um* é anunciadora do outro: um novo espaço e um novo tempo suceder-se-ão aos antigos” (Chevalier; Gheerbrant, 1994: 238). Neste sentido, e após a conclusão deste estágio exploratório, procuraremos renovar o conhecimento até este ponto adquirido com novas informações que possam clarificar e resolver a problemática desta investigação.

5.1 - Metodologia e Técnicas de Investigação

Analisar os factos sociais, considerando-os, primeiramente, como afirma Durkheim (1998), como *coisas*, leva necessariamente ao recurso de regras que possam ajudar a compreender aquilo que se afigura ignoto. Como também adianta Durkheim, “quando uma nova ordem de fenómenos se torna objecto de ciência, aqueles encontram-se já representados no espírito, não só por imagens sensíveis, mas também por espécies de conceitos grosseiramente formados” (1998: 41). Neste sentido, a obtenção de um método específico, que deverá ser o mais ajustado e mais adaptado possível ao objeto de estudo, é de extrema importância para a realização de uma observação sistemática, organizada e rigorosa dos fenómenos, bem como para a credibilidade e certificação científicas do conhecimento obtido.

Para a investigação social, existem, atualmente, várias técnicas capazes de desenvolver um estudo aprofundado e consistente. Para esta investigação, entendemos fazer uso,

numa primeira fase, da análise e comparação de fontes documentais, da observação direta não participante; numa segunda fase, da técnica da amostragem, da entrevista semiestruturada e, por fim, da análise de conteúdo.

5.2 - Definição da Metodologia

Pela natureza do fenómeno em estudo, previamente descrito, será aplicada uma abordagem paradigmática qualitativa. Neste sentido, encetaremos uma análise holística e humanística, uma vez que a investigação é essencialmente descritiva e relativamente flexível, não sendo, todavia, nosso propósito generalizar teorias ou resultados ao ponto de os tornar estanques. “O paradigma qualitativo postula uma concepção global fenomenológica, indutiva, estruturalista, subjectiva e orientada para o processo, próprio da Antropologia Social” (Carmo, 2008: 195). Assim, procuraremos, a partir de padrões oriundos da recolha de dados, compreender com maior fundamento possível a problemática em questão.

O tema que nos motiva é composto por uma considerável e intrincada simbologia, ao relacionar-se com um conjunto vasto de outros conceitos, também estes, simbólicos e de abundante significação abstrata. Estão em causa valores, motivações, comportamentos, crenças, tradições, princípios, escolhas e experiências pessoais dos indivíduos envolvidos e não uma realidade estável e passível de interpretação estatística. Deste modo, sendo inexecutável uma medição controlada e inferencial, tomará esta investigação o sentido da descoberta, pelo interesse exploratório e numa vertente expansionista de informação contextualizada. Será um estudo que incidirá sobre o processo e não sobre o interesse de um resultado generalizável. Daqui se entende a importância do papel do investigador na participação, interação e envolvência na construção do conhecimento a adquirir, que, pela natureza da sua origem sensitiva, aflui de diferentes enfoques e perspectivas pessoais. Está em causa uma relação social significativa. Será, todavia, nossa principal preocupação, tendo em consideração que a “faceta essencial dos métodos de pesquisa qualitativos consiste no facto das explicações consideradas satisfatórias das actividades sociais requererem uma apreciação das perspectivas, culturas e ‘visões do mundo’ dos autores envolvidos” (Moreira, 1994: 94), verter a partir ‘de dentro’ todas essas experiências subjetivas e testemunhos particulares para uma narrativa concreta que advogue uma fundamentação válida tendo como fim uma compreensão concreta dos fenómenos.

5.3 - Análise de Fontes Documentais

A análise das fontes documentais revela-se como uma das etapas mais fundamentais para a concretização profícua de uma investigação. Esta técnica de interpretação e de comparação teóricas vigora numa atitude e capacidade de recolher, organizar e sintetizar a informação de forma a correlacioná-la com o tema central em estudo. Existiu para este estudo em particular um manancial considerável de documentos (classificados por fontes primárias e secundárias) que prestou a esse objetivo: desde livros, publicações periódicas, artigos científicos, material multimédia, memórias orais ou informais. Salientamos, porém, que “o valor das fontes depende, claro, da sua precisão, exaustividade, detalhe e proximidade ao(s) acontecimento(s) registado(s)” (Moreira, 1994: 32). Assim, tivemos o cuidado de selecionar as fontes documentais segundo os seguintes critérios basilares: a autenticidade, a credibilidade, a representabilidade e o significado. Muitos dos temas abordados diretamente nesta investigação, como a cibercultura, as novas tecnologias, a comunicação *on-line*, a arte digital, a transfiguração ou a duplicidade, estão largamente e profundamente explanados com rigor e sapiência por autores de renome internacional, o que constituiu uma referencialidade insubstituível e um valor acrescentado. No entanto, o nosso objetivo não se esgota no recurso dessa acuidade teórica. Representa, por isso, maior responsabilidade e mais amplo desafio, uma vez que procuramos compreender um assunto, embora transversal às fontes utilizadas, diretamente relacionado com as práticas e tendências de uma população específica a ser perscrutada para esse fim, servindo, este universo escolhido, para delinear um padrão de comportamentos e não para formalizar uma teoria genérica.

Desde a sistematização da informação, passando pela sua seleção pertinente, até à sua depuração concetual, a utilização das fontes documentais, também ricas nas suas abordagens diversificadas, permitiram solidificar um solo conceptual a partir do qual foi possível, através da observação direta não participante e da entrevista semiestruturada posteriores, edificar com segurança e operância o presente projeto.

5.4 - Observação Direta Não Participante

Segundo Quivy, “a observação consiste em reunir todas as informações designadas pelos indicadores” (1998: 165). O conhecimento concreto das práticas e das dinâmicas sociais em estudo, nomeadamente a produção, a divulgação e o consumo da arte pelos recursos virtuais (as redes sociais nos mais variados géneros e formatos), propôs uma observação efetiva sobre as mesmas, dado que constituiu um recurso privilegiado para analisar as múltiplas e diversas interações e padrões de comportamento no campo social onde esta comunicação interpessoal se manifesta. Foi efetuada, deste modo, uma observação não participante. A preferência desta técnica teve como intento acompanhar o exercício de comunicação por parte daqueles que recorrem às redes sociais para interagir, com e pela obra de arte, com o resto do mundo, sem influenciar, de qualquer forma, essa correspondência. Serviu, na sua essência, para presenciar o modo como os autores exercem essa faculdade comunicacional e por que motivos preferem esse recurso, possibilitando um considerável controlo das variáveis a partir da observação efetuada.

A partir desta técnica qualitativa de recolha de informação, foi possível realizar com mais especificidade o guião de entrevista, a ser direcionada ao um conjunto particular de pessoas, cujas interações no mundo virtual foram previamente observadas no seu contexto. Para além desta observação não participante a este conjunto de usuários, foi realizada uma semelhante observação não participante a um outro conjunto de elementos que, por sua vez, são caracterizados por produzirem e divulgarem, maioritariamente, a obra de arte pelos meios tradicionais.

5.5 - Entrevista

Escolhemos, também, para a presente investigação, como técnica exploratória qualitativa, a entrevista semiestruturada; uma entrevista orientada, fundamentalmente, para a informação, uma vez que “visa circunscrever a percepção e o ponto de vista de uma pessoa ou de um grupo de pessoas numa situação dada” (Lessard-Hébert, 1994: 162). Esta técnica caracteriza-se por combinar perguntas abertas (que pretendem uma opinião do entrevistado) e fechadas (que requerem uma resposta direta e concisa do entrevistado). Entendemos que “a entrevista é uma situação social onde se desenrola uma relação face a face. Tudo o que é passível de condicionar uma situação social pode interferir numa entrevista, influenciar os resultados, desde os atributos e adereços dos protagonistas até à própria dinâmica do processo” (Gonçalves, 2004: 60).

Com esta técnica de pesquisa, o entrevistador consegue controlar sem grandes riscos de desalinhamento o decurso do processo exploratório, o que, devido à natureza simbólica do tema em estudo, convém necessariamente ter em conta. A entrevista é conduzida de forma informal, tendo, contudo, já concebidas sequencialmente as perguntas específicas a ser direcionadas ao entrevistado. Esta técnica de recolha de dados permite duas situações que nos parecem relevantes: em primeiro lugar, poder controlar-se o volume das respostas; em segundo lugar, permitir que o entrevistado tenha o tempo necessário para refletir e responder e, na eventualidade, corrigir ou acrescentar alguma informação a qualquer momento. A entrevista produz, assim, devido à sua flexibilidade de tempo e de resposta, uma melhor amostra da população em estudo.

No entanto, e com a antecedência necessária, há que preparar todo o processo da entrevista, que vai desde a escolha do entrevistado até ao delicado planeamento estrutural das questões a ser colocadas. Uma boa resposta depende muito da preparação prévia da pergunta por parte do entrevistador, bem como da relação que se efetua no ato. Para este efeito, há que estabelecer uma relação de confiança e de espontaneidade. Assim, e de acordo com Gonçalves, “a promoção de um ambiente de mútua confiança, favorável ao intercâmbio é fundamental. O que implica uma atitude de abertura, interesse, cordialidade, naturalidade e empatia. Este clima é proporcionado tanto pela comunicação verbal como pela não-verbal” (2004: 62).

Atualmente, com os recursos tecnológicos (como os *chats* ou os fóruns de discussão *online*), este processo torna-se mais facilitado, na medida em que se reduz o fator da intimidação relativamente presente na entrevista presencial. Desta forma, fizemos uso destes recursos tecnológicos nas situações que possibilitaram tal opção de intercâmbio. Realçamos o facto de que, para todos os diferentes elementos entrevistados, foram dirigidas exatamente as mesmas perguntas, de forma a comparar respostas e analisar considerações com maior e melhor correlação.

5.6 - Amostra

A constituição da amostra obedece à finalidade do estudo em causa. Neste sentido, é de fulcral importância, antes de escolher os referidos elementos, analisar minuciosamente o contexto específico da problemática destacada. Referimos que, para esta presente investigação, a amostra caracteriza-se por ser não representativa do Universo. No entanto, houve uma especial preocupação em selecionar um conjunto variado de pessoas

que possibilitassem, embora dentro da sua limitada representabilidade (quantidade), uma reflexão válida e relevante, uma vez que o tema em estudo é um fenómeno que não cessou de evoluir e diariamente ganha novas dimensões e significações. Neste sentido, a amostra selecionada (como comprovam as entrevistas, em anexo) obedeceu a cinco importantes dimensões: primeira, a diversidade geográfica, no que concerne à naturalidade ou residência atual dos entrevistados (Portugal, França, Reino Unido, Brasil, Angola, Rússia, São Tomé e Príncipe); segunda, à diversidade das profissões (artista, ilustrador, cineasta, designer gráfico/programador multimédia, músico, gestor, bibliotecário, professor, investigador); terceira, à área de conhecimento (História de Arte e do Património, Multimédia, Artes Plásticas e Visuais, Sociologia, Economia, Humanidades (Literatura Comparada), Estudos Artísticos e Culturais, Biblioteconomia, Informática, Teologia, Artes Performativas, Comunicação Social); quarta, ao contexto ou esfera onde exercem a sua ação (setor público, setor privado ou independente); e em quinta dimensão, a extensão etária (dos 23 aos 82 anos de idade).

Procedemos, desta forma, ao método de amostragem não-casual, ou seja, “estes métodos não são aconselháveis quando se pretende extrapolar para o Universo os resultados e conclusões obtidos com a amostra, mas podem ser úteis no início de uma investigação” (Hill, 2002: 49). É uma amostra não probabilística, especificamente uma amostragem de conveniência, uma vez que “utiliza-se um grupo de indivíduos que esteja disponível ou um grupo de voluntários” (Carmo, 2008: 215). Porém, também é nossa convicção que “estudos, de carácter intensivo, com técnicas menos padronizadas, como a entrevista em profundidade ou a observação, em que não é possível nem se justifica o recurso a amostras com elevado número de elementos. Estes estudos visam mais a apreensão de lógicas e de processos sociais do que a inferência e a generalização estatística” (Gonçalves, 2004: 47).

A amostra selecionada é, então, caracterizada por um total de dezoito elementos (que integram as três grandes dimensões a ser analisadas – os que produzem, os que divulgam e os que consomem arte): seis artistas, em que três utilizam os meios tradicionais e três recorrem às tecnologias digitais; seis representantes de entidades promotoras de arte (das quais três delas utilizam o método tradicional – espaço físico – e as outras três utilizam o recurso digital – espaço virtual); três apreciadores/críticos de arte tradicional e três apreciadores/críticos de arte digital.

Frisamos que todos os elementos entrevistados, maioritariamente detentores de uma vasta experiência profissional e pessoal, de notável e respeitável reconhecimento social,

em Portugal e nos países de que são naturais ou residentes, aceitaram ser devidamente identificados para o estudo em questão.

5.7 - Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo é uma técnica de apuramento e tratamento de informação auferida pelos instrumentos de recolha de dados numa dada investigação empírica. Permite, sobretudo, inferir novas informações que as várias fontes ajudaram a construir, desde as oriundas de suporte linguístico, às de natureza icónica, a outras possuidoras de códigos semióticos. Neste estudo em concreto, a análise de conteúdo culminou, principalmente, sobre as informações concedidas pelos elementos entrevistados e sobre as informações de conteúdo e de circunstância observadas ao longo do exercício e da atuação dos mesmos indivíduos.

Dos dezoito elementos entrevistados, foi feita uma triagem qualitativa e representativa de informação, com base na objetividade e relevância que projetámos para esta investigação, isto é, aquela informação que mais se adequou aos objetivos nucleares e que mais se adentrou na problemática inicial. Esta seleção de informação foi metodicamente analisada e tratada, posteriormente transposta numa descrição objetiva e interpretativa de unidades de registo. Posto que “a escrita é, no fundo, um processo de descoberta e também de clarificação” (Moreira, 1994: 195). Tratou-se de uma análise textual comparativa, o mais neutra possível – embora seja, por vezes, influenciada, como toda a interpretação de conhecimento, pela exegese pessoal do investigador. Todavia, de acordo com o que estabelece Carmo, deliberámos como fundamentais algumas categorias a que a análise de conteúdo atendeu: *homogéneas, exaustivas; exclusivas; objetivas e pertinentes* (2008: 272), para cumprir as duas principais funções que Bardin estabeleceu para a análise de conteúdo: a *função heurística* e a *função de administração da prova* (2009: 31).

Muito embora a informação, em grande parte obtida por estas técnicas qualitativas de recolha de dados, seja caracterizada pela sua abundante riqueza subjetiva, a aplicação de um esforço analítico dirigido, baseado na construção de categorias e tipologias temáticas, permitiu não obliterar a significância das partes para atingir o significado do todo e, com isso, instaurar uma clareza e sobriedade de considerações oportunas para esta investigação.

CAPÍTULO 6 – A NOITE OU A DEFINIÇÃO DAS FRONTEIRAS (APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE CONTEÚDO)

Os Últimos Dias

[...]

*E cada instante é diferente, e cada
homem é diferente, e somos todos iguais.*

*No mesmo ventre o escuro inicial, na mesma terra
o silêncio global, mas não seja logo.*

Carlos Drummond de Andrade, *in Antologia Poética*

Para muitas culturas, a noite representa o início da jornada; o começo das germinações e das virtualidades do dia. Como referem Chevalier e Gheerbrant, “entrar na noite é regressar ao indeterminado, onde se misturam pesadelos e monstros, as *ideias negras*. A noite representa um duplo aspecto: o das trevas onde fermenta o futuro, e o da preparação do dia, donde brotará a luz da vida. Por outras palavras, como obscuridade, a noite é própria para a purificação do intelecto” (1994: 474).

Nesta simbologia, procuraremos, através dos métodos e técnicas definidos no capítulo anterior, analisar e comparar os esclarecimentos, obtidos pelos diferentes elementos entrevistados, de forma a definir fronteiras e a sincronizar dissonâncias, com o objetivo de compreendermos a rota e a maré a que estão sujeitas as diferentes artes no mundo da *web*, não só pela navegação que a Internet marea, mas pelo quadrante ideológico que cada tripulante acredita ser o mais útil e favorável.

Após esta consideração, reiteramos que uma análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de tratamento de informação que permite fazer inferências sobre a fonte, a situação em que esta produziu o material objecto de análise” (Carochinho, 2002: 18).

6.1 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais

Nesta primeira instância de análise, procurámos indagar de que forma se processa a utilização da arte nas redes sociais. Atendemos, deste modo, a duas grandes dimensões: os que se integram na esfera digital, porque laboram de forma dependente deste recurso; os que se integram na esfera tradicional, porque atuam sem a referida dependência tecnológica. No intuito de melhor compreender o modo como se realizam estas interações, tornou-se, assim, imprescindível correlacionar as informações obtidas, quer por parte dos que utilizam profissionalmente e integralmente os recursos tecnológicos

(dimensão digital), quer por parte daqueles que apenas se servem desses recursos virtuais como exercício complementar ou acessório (dimensão tradicional).

Para cada dimensão mencionada nos respetivos e seguintes quadros de análise, foi colocada a informação que serve de indicador de resposta obtida dos diferentes elementos entrevistados: três artistas com recurso aos meios tradicionais e três artistas com recurso aos meios digitais; três entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais e três entidades promotoras com recurso aos meios digitais; três apreciadores/críticos de arte tradicional e três apreciadores/críticos de arte digital, totalizando as dezoito entrevistas. Este conjunto de informação foi selecionado tendo em conta a sua pertinência, a sua representatividade e a sua contextualização concreta, para posterior análise de conteúdo, específica e geral.

Quadro 2 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Artistas com recurso aos meios tradicionais)

	Dimensão	Indicadores
Utilização da Arte nas Redes Sociais	Tipos de Redes Sociais utilizados	“Blogs, Facebook, LinkedIn”.
	Frequência da utilização	“Diariamente”. “Várias vezes por dia”.
	Género de arte consultada/divulgada	“Fotografia, cinema, artes plásticas, música”.
	Principais objetivos na utilização	“Estar em contacto com o que é desconhecido para mim; buscar a troca sensível e o pensamento social”. “Conhecer outros trabalhos e técnicas e os avanços no campo das artes plásticas e dar a conhecer as minhas criações”. “Manter as pessoas informadas sobre os eventos musicais que organizo e participo, bem como procurar ter mais afluência para os concertos que realizo. E, simultaneamente, obter mais propostas e novos projetos musicais”.
	Principais preocupações na seleção	“Não me preocupo muito. Dou uma chance para que me envolva com a obra, se não acontece eu sigo em frente”. “O que é realmente bom e também diferente e inovador em termos cromáticos e de composição”. “A qualidade musical e a qualidade de espetáculo, que podem, eventualmente, ser duas características independentes”.

	Satisfação sentida pelo recurso utilizado	<p>“Satisfaz-me na medida em que posso conhecer e me comunicar com incontáveis pessoas, artistas e obras de arte. Mas sempre que posso deixo as tecnologias de lado para ter contactos menos isolados e mais humanos”.</p> <p>“Começo a sentir um certo cansaço na utilização destes meios pela banalização e mediatização dos mesmos”.</p> <p>“As novas tecnologias são uma excelente forma de divulgar os meus trabalhos, pela abrangência de divulgação que proporciona. Antes destes recursos era mais difícil informar o público, especialmente se compararmos com a velocidade e a instantaneidade que as Redes Sociais proporcionam”.</p>
	Principais constrangimentos enfrentados	<p>“Não me sinto constrangido. Mas noto o medo que algumas pessoas têm em publicar suas obras de arte e serem plagiadas. Noto também muitas pessoas excessivamente raivosas e intolerantes”.</p> <p>“Torna-se difícil identificar embustes, manipulações de imagem ou apropriações de trabalhos de outrem”.</p> <p>“O que sinto, às vezes, é que, pelo facto da maioria das pessoas aceder às Redes Sociais e esta ser uma torrencial fonte de informação, alguns eventos ou produções musicais perdem algum destaque. A meu ver, a aglomeração não categorizada da informação pode levar ao desinteresse. Também alguma má qualidade estética e gráfica na divulgação pode levar ao mesmo fim”.</p>

Quadro 3 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Artistas com recurso aos meios digitais)

	Dimensão	Indicadores
Utilização da Arte nas Redes Sociais	Tipos de Redes Sociais utilizados	<p>“Facebook, LinkedIn”.</p> <p>“Facebook, Behance, DevianArt”.</p> <p>“Facebook, Pinterest, Instagram”.</p>
	Frequência da utilização	<p>“Diária”.</p> <p>“Diária, várias vezes por dia”.</p>
	Género de arte consultada/divulgada	<p>“Digital (Design Gráfico, Ilustração), Pintura, Dança, Fotografia, Cinema”.</p> <p>“Ilustração, manipulação de imagens, tratamento de imagens”.</p> <p>“Arte gráfica e multimédia, fotografia”.</p>

	Principais objetivos na utilização	<p>“Dinamização cultural”.</p> <p>“Aprendizado, atualização, clientes, fãs”.</p> <p>“Procura de tendências artísticas e comportamentos sociais. Atualização de conhecimento, sobretudo. Enriquecimento de conteúdos/conceitos, para posterior aplicação. Ou seja, primeiro faço uma análise da realidade social em termos comportamentais para aplicar visualmente nas minhas criações, respondendo, assim, às exigências dos que solicitam os meus trabalhos”.</p>
	Principais preocupações na seleção	<p>“Criatividade, estética, originalidade”.</p> <p>“Qualidade, originalidade, capacidade de uso dos recursos disponíveis”.</p> <p>“Procuro na arte um espelho, um reflexo, do que o cliente pretende transmitir, não o que eu quero. Sobretudo, há uma necessidade de colocar-me entre a necessidade do cliente e o desejável produto final”.</p>
	Satisfação sentida pelo recurso utilizado	<p>“Facilidade de acesso a grande número de artistas e obras, chegada mais rápida a um grande número de pessoas”.</p> <p>“Facilidade na execução e na divulgação. Enorme quantidade de informação disponível para aprendizado de técnicas e conhecimento de novos artistas. Economia de espaço e de material. Segurança contra deterioração da obra. Vasta rede de profissionais e amadores interconectados”.</p> <p>“É a minha principal ferramenta de trabalho e, neste sentido, obtenho, quase sempre, os resultados pretendidos. Principalmente nesta fase, após maturidade técnica dos recursos tecnológicos disponíveis. O processo de adaptação foi gradual ao longo do tempo e exigiu uma atualização de conhecimentos técnicos também”.</p>
	Principais constrangimentos enfrentados	<p>“A não presença com os objetos artísticos físicos, resolução das imagens, qualidade das obras”.</p> <p>“Eventual queda de energia, lentidão na transmissão de dados, algumas limitações técnicas. Banalização da obra em si, devido à ampla divulgação, muitas vezes por pessoas pouco qualificadas, que não entendem o real valor da obra e sua relevância no campo da arte”.</p> <p>“Sou bastante persistente na procura. No entanto, por vezes, perco bastante tempo num determinado trabalho, o que leva, por vezes, a</p>

		uma situação de bloqueio criativo. A fotografia, principalmente, carece de direitos de autor, o banco de imagens disponível quase sempre é estrangeiro”.
--	--	--

Quadro 4 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais)

	Dimensão	Indicadores
Utilização da Arte nas Redes Sociais	Tipos de Redes Sociais utilizados	“Facebook, Google +”. “Facebook e LinkedIn”.
	Frequência da utilização	“Diária”. “Várias vezes por dia”. “Quase diária”.
	Género de arte consultada/divulgada	“Artes performativas”. “A nível profissional, consulto e divulgo arte românica, essencialmente. A nível pessoal, os géneros de arte consultada são mais diversos, nomeadamente, arte contemporânea, arte e património cultural em risco. Como faço parte do ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), as minhas pesquisas pretendem ser uma constante atualização de conhecimentos e, simultaneamente, divulgar e alertar para problemas que envolvam a destruição de património cultural”. “Pintura, fundamentalmente. Também, escultura, música. As artes mais tradicionais, no bom sentido da palavra”.
	Principais objetivos na utilização	“Captar público, divulgar junto dos potenciais participantes, dar a conhecer a outros possíveis promotores”. “Atualização de conhecimentos. Divulgação de conteúdos artísticos e culturais. Sensibilizar e alertar para questões de destruição de património. Consciencialização humanística da importância da conservação do património cultural das diversas sociedades, que a todos diz respeito”. “Aceder à informação pertinente, tendo em conta uma economia de tempo”.
	Principais preocupações na seleção	“Inovação, rigor, pertinência”. “Principalmente, a credibilidade das fontes. Também a forma estética como é apresentada. As questões de inventariação e complementaridade da informação são um aspeto preponderante que influencia muito na seleção dos conteúdos artísticos”.

		<p>“Procuro informação de fontes o mais fidedignas possível, sabendo que existem várias limitações nestes recursos, por exemplo, o caso da Wikipédia. Tento saber a opinião de outras pessoas, de reconhecida credibilidade, de forma a elucidar-me sobre o conhecimento direto das obras. Ou seja, preocupo-me com a certificação da veracidade da informação”.</p>
	Satisfação sentida pelo recurso utilizado	<p>“Médio. Pela captação de novos públicos, pelo facto da divulgação se processar de forma rápida e mais barata”.</p> <p>“Existem, nos dias de hoje, várias instituições museológicas com plataformas virtuais dotadas de um realismo estético bastante apreciável. Os avanços tecnológicos, não substituindo o prazer do contacto real, permitem, através da exploração das galerias virtuais, proporcionar um conhecimento bastante estimulante da arte”.</p> <p>“Não abdicando das obras de arte em si, considero os recursos tecnológicos satisfatórios, mas apenas como complemento”.</p>
	Principais constrangimentos enfrentados	<p>“A falta de contacto humano direto limita uma verdadeira interatividade”.</p> <p>“Não poder “tocar com os olhos”. Alguma frustração, uma vez que é quase impossível, por várias razões, poder visitar no mundo físico tudo o que a Internet possibilita conhecer e, assim, ficar apenas pelo conhecimento virtual”.</p> <p>“Ainda há muitas omissões quanto à aproximação à verdadeira obra de arte (à sua realidade), pelas limitações de cor, de escala, dos valores matéricos, bem como das próprias técnicas utilizadas pelo artista”.</p>

Quadro 5 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Entidades promotoras com recurso aos meios digitais)

	Dimensão	Indicadores
	Tipos de Redes Sociais utilizados	<p>“Facebook, Tumblr, В КОНТАКТЕ”.</p> <p>“Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn”.</p>
	Frequência da utilização	<p>“Diariamente”.</p> <p>Várias vezes por dia”.</p> <p>Regularmente”.</p>
	Género de arte consultada/divulgada	<p>“A arte contemporânea”.</p> <p>“Arte Emergente. Arte de autoria de artistas que ainda não estão estabelecidos no mercado artístico, nomeadamente pintores, escultores e fotógrafos”.</p>

Utilização da Arte nas Redes Sociais		“Cinema de animação e pré-cinema”.
	Principais objetivos na utilização	<p>“O interesse, o fascínio da descoberta, a promoção mais rápida e mais ampla das criações artísticas”.</p> <p>“Acima de tudo, o nosso objetivo é o fim comercial. Obviamente que, simultaneamente, também é dar a oportunidade de reconhecimento artístico aos novos autores que aceitamos divulgar. A divulgação virtual é sempre que possível complementada, no entanto, com exposições de carácter físico”.</p> <p>“Encontrar informações de conteúdo artístico e histórico, sobretudo, que auxiliem no meu ofício profissional: como docente, como produtor, como realizar e como cidadão. Existe uma diversidade muito ampla de informação disponível na Internet que não só proporciona encontrar o que inicialmente se procura como leva a novas e inesperadas descobertas”.</p>
	Principais preocupações na seleção	<p>“Às vezes há um problema com língua (na seleção) nos outros países”.</p> <p>“Preocupa-nos enquanto galeria de arte que os produtos artísticos tenham qualidade e potencial criativo dentro dos seus mais variados géneros artísticos. A Shair tem um leque de escolha bastante abrangente no sentido de poder, também, proporcionar uma oferta diversificada. Para as exposições de carácter físico existe uma preocupação de rotatividade equilibrada entre os diversos géneros artísticos (pintura, escultura, fotografia, instalações) por forma a obter uma maior representatividade da arte que divulgamos”.</p> <p>“Não sei responder em concreto. A arte é uma fonte diversificada e pode levar a uma procura diversificada também, mediante o contexto ou circunstância do interessado. As características pelas quais essa arte se apresenta (ex.: qualidade gráfica) pode ser um fator de relevância de pesquisa mais aprofundada”.</p>
Satisfação sentida pelo recurso utilizado	<p>“Posso ver mais as imagens, conhecer mais autores, descobrir mais as exposições no Internet”.</p> <p>“Sendo os recursos tecnológicos as nossas principais ferramentas de trabalho, uma vez que é através delas que encontramos novos artistas (processo de captação) e é através destes recursos (plataforma digital) que procedemos à</p>	

		<p>seleção (através de votos on-line), bem como o processo de comercialização, quer através da venda direta ou leilão. Neste sentido, a nossa satisfação é máxima”.</p> <p>“Maravilhado pela quantidade de materiais disponibilizados e horrorizado pela qualidade técnica disponível. Por exemplo, no Youtube particularmente, existem disponíveis para visualização filmes essenciais sobre a história do cinema, mas com péssima qualidade de imagem”.</p>
	Principais constrangimentos enfrentados	<p>“A qualidade gráfica diminui a capacidade de apreciar a obra”.</p> <p>“Principalmente ao nível da captação de novos artistas. As obras divulgadas digitalmente, por vezes, não oferecem a qualidade gráfica necessária para uma apreciação e uma avaliação corretas dos trabalhos. Nada se compara à visualização “real” ou física da obra, no caso de ter sido produzida pelos métodos tradicionais, claro. Por vezes, torna-se difícil apreciar corretamente a potencialidade de uma determinada obra pelos constrangimentos que uma má resolução digital acarreta”.</p> <p>“O peso dos ficheiros de imagem em movimento e a largura de banda, sobretudo no local onde vivo (no meio do campo). De salientar que uma má primeira experiência, devido à má qualidade de imagem de um filme, por exemplo, retire a vontade do usuário de aprofundar o seu conhecimento acerca daquela obra em particular”.</p>

Quadro 6 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Apreciadores/críticos de arte tradicional)

	Dimensão	Indicadores
	Tipos de Redes Sociais utilizados	<p>“Facebook, Twitter”.</p> <p>“Facebook, Youtube, Blogger, Flickr, Instagram”.</p> <p>“Google, Instagram, Facebook”.</p>
	Frequência da utilização	<p>“Regular, sobretudo Facebook”.</p> <p>“Maioritariamente, diária”.</p> <p>“3 a 4 vezes por semana. Google, diariamente”.</p>

Utilização da Arte nas Redes Sociais	Gênero de arte consultada/divulgada	<p>“Diferentes tipos. Literatura, pintura, e especialmente arte urbana. Muitas vezes, divulgo iniciativas que considero inovadoras e que não são conhecidas do grande público (por exemplo, artes performativas ou exposições de artistas-empresendedores)”.</p> <p>“Música, Fotografia, Vídeo, e Cinema”.</p> <p>“Dança, música, história da arte, cinema”.</p>
	Principais objetivos na utilização	<p>“Divulgação é o principal objetivo. Tal contribui para um reconhecimento do tipo de arte (como é o caso da arte urbana, como a “street art”) ou do (s) artista (s) (por exemplo, quando se trata de uma mostra de serigrafia e instalações). Neste segundo caso, a divulgação e reconhecimento pode contribuir a sobrevivência econômica do artista que poderá assim continuar a desenvolver projetos e a evoluir na sua expressão artística”.</p> <p>“Sobretudo para estar atualizado com o que é produzido e também por mero prazer lúdico”.</p> <p>“Conhecimento mais aprofundado e novas investigações”.</p>
	Principais preocupações na seleção	<p>“Que eu pessoalmente reconheça algum valor (inovação, estética, etc.) ou que contribua para uma conscientização em torno de certos tópicos, alguns relacionados diretamente com a questão artística, outros ligados mais a questões sociais”.</p> <p>“Ver/ouvir a obra dos artistas que já conheço e admiro ou que tenham produzido mais recentemente (ou descobrir trabalhos passados que ainda não conheci), bem como através deles, ou de notícias (ou de amigos e conhecidos) conhecer a obra de outros artistas (ou projetos artísticos) até aí por mim desconhecidos. Conhecer obras que se ligam a temáticas/assuntos que me despertam interesse ou estudo”.</p> <p>“Gosto pessoal e a veracidade das obras visualizadas”.</p>

	<p>Satisfação sentida pelo recurso utilizado</p>	<p>“É uma forma relativamente fácil e rápida de utilizar”.</p> <p>“Facilitam o acesso às obras e seu conhecimento, sobretudo no caso em que elas têm suporte físico (pintura, escultura, arquiteturas, etc.), não obrigando à deslocação até ao local onde se localizam”.</p> <p>“A comodidade e a rapidez no acesso”.</p>
	<p>Principais constrangimentos enfrentados</p>	<p>“Devido a essa facilidade e rapidez, a profundidade de reflexão, de escolha assim como a quantidade de objetos artísticos acaba por contrariar, de alguma forma, aquilo que é, para mim, um dos grandes poderes da arte – o poder de questionar e de refletir criticamente”.</p> <p>“Não permitem, muitas vezes, aferir com muita acuidade da realidade das obras, das suas múltiplas dimensões, de pequenos detalhes/pormenores. A utilização de um suporte tecnológico pode modificar um pouco a qualidade e essência das obras, em face da qualidade e capacidade desse mesmo suporte”.</p> <p>“A língua”.</p>

Quadro 7 - Modelo de Análise: Utilização da Arte nas Redes Sociais (Apreciadores/críticos de arte digital)

	Dimensão	Indicadores
	Tipos de Redes Sociais utilizados	“Facebook”. “Facebook, Twitter, LinkedIn”.
	Frequência da utilização	“Diária”.
	Gênero de arte consultada/divulgada	“Pintura, escultura, têxteis, cinema, teatro, dança e literatura. Arte angolana/africana, arte livre de todos os continentes”. “Fotografia, ilustração, literatura, cinema, pintura”. “Música, museus online, escrita (literatura, blogues, jornais online...), exposições, manifestações culturais locais, etc.”.
	Principais objetivos na utilização	“Conhecer, apreciar, divulgar. Recriar e ensinar alunos”. “Conhecimento, curiosidade em saber mais, conhecer novos criadores e artistas, se calhar

Utilização da Arte nas Redes Sociais		<p>não tão conhecidos do grande público, e que, possivelmente, não teria visibilidade, se não fossem as redes sociais”.</p> <p>“Democratizar o acesso à arte em geral e alcançar públicos mais vastos, mais heterogêneos. Chegar mais facilmente e mais comodamente aos conteúdos artísticos”.</p>
	Principais preocupações na seleção	<p>“A qualidade. O produto final num conjunto de técnicas e conteúdos”.</p> <p>“O que me chama mais à atenção é o tipo de arte que utiliza o humor, seja ele mais negro ou mais soft, digamos assim... mas também aquilo que é original, “out of the box”, diferente”.</p> <p>“Que os meios tecnológicos não desvirtuem a essência da arte e que a sua abertura e universalização não banalizem os conteúdos artísticos. Espera-se que a seleção da arte via as Redes Sociais não seja encarada como um meio exclusivo em si, mas sempre como um complemento à apreciação da arte real”.</p>
	Satisfação sentida pelo recurso utilizado	<p>“De referir que vivo num país onde os recursos tecnológicos ainda são muito escassos”.</p> <p>“É muito satisfatória, porque é através destes recursos que tenho mais acesso a informação sobre arte, artistas, obras de arte. Ainda que não seja de uma forma presencial ou real, que obviamente daria uma outra experiência, mais vivida, mais intensa, talvez, consigo consultar o que quero e ter acesso a coisas que de outra forma talvez não teria”.</p> <p>“Acesso cómodo, instantâneo e gratuito, sobretudo quando se reside em contextos geográficos afastados dos grandes centros culturais. Partilha de emoções nas comunidades virtuais, com outros apreciadores da arte”.</p>
	Principais constrangimentos enfrentados	<p>“Grande falta de materiais artísticos e um serviço de internet muito medíocre”.</p> <p>“O principal constrangimento é mesmo o que referi acima. Apesar de ter um maior acesso, não passa de uma experiência virtual, que acaba por não ter o impacto que teria uma a visualização de um quadro, no museu, ou de um filme numa sala de cinema, por exemplo. É uma experiência muito fugaz, com a vontade de ver mais e mais coisas, que acaba por não ter a intensidade de uma experiência presencial”.</p> <p>“O contacto com a arte acaba por ser um contacto meramente virtual, que retira alguma humanização e alguma sensibilidade à nossa relação pessoal com a arte. Para além disso, só</p>

		se pode falar de verdadeira democratização da arte (virtual) se todos tiverem acesso aos recursos tecnológicos de modo igualitário, o que neste momento não acontece”.
--	--	--

6.1.1 - Utilização da Arte pelas Redes Sociais – Análise de conteúdo

Nos quadros de análise 2, 3, 4, 5, 6 e 7, acima expostos, estão referidas as considerações acerca da utilização da arte pelas redes sociais por parte dos elementos pertencentes aos seis distintos grupos de entrevistados e que correspondem aos artistas com recurso aos meios tradicionais, aos artistas com recurso aos meios digitais, às entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais, às entidades promotoras com recurso aos meios digitais, aos apreciadores/críticos de arte tradicional e aos apreciadores/críticos de arte digital. Para todos os elementos destes grupos foram dirigidas exatamente as mesmas perguntas, por forma a possibilitar uma análise comparativa mais particular e direta do assunto em estudo. Embora muitos dos entrevistados pertençam à esfera daqueles que utilizam os meios tradicionais para criar, divulgar e apreciar a obra de arte, foram igualmente entrevistados no âmbito da utilização dos recursos tecnológicos, tal como aqueles que se servem destes para a mesma finalidade de comunicação e interação artísticas.

É praticamente impossível descurar a importância das novas tecnologias nos dias de hoje. A sociedade pós-moderna é caracterizada, sobretudo, por operar num sistema de comunicação em rede, o que confere uma maior velocidade e diversidade de contactos culturais. A arte sujeita-se a essa condição, dado que é por ela, e com ela, que as diferenças culturais mais se evidenciam. É certo, também, que as tecnologias, principalmente pelas potencialidades da Internet, atravessam e penetram o dia-a-dia dos indivíduos pelo uso dos seus mais variados recursos: o correio eletrónico, as redes sociais, os *blogs*, os mais variados sites temáticos. A predominância de uma comunicação em rede tornou-se num reflexo intrínseco à própria evolução humana. Mas a inteireza dessa predominância é, acima de tudo, uma miríade de fragmentações de partilhas, próprias de uma globalização que se efetua no sobressalto do acesso torrencial à informação, posto que desniveladas são as condições e desigualadas as circunstâncias entre os diferentes indivíduos.

No entanto, apurámos das entrevistas efetuadas que os tipos de redes sociais utilizados, especialmente para os artistas com recurso aos meios tradicionais, são basicamente os mesmos, de que salientamos o Facebook, o LinkedIn, os Blogs. Outros, como o Instagram, o Behance, o DevianArt, o Tumblr, o Twitter, o Flickr, o Google +, são também usados com frequência pelos restantes elementos entrevistados, de que se relevam os artistas, as entidades promotoras e os apreciadores/críticos com recurso aos meios digitais. A frequência de utilização, de todos os elementos entrevistados, é diária, em alguns casos, várias vezes por dia. Os géneros de arte mais consultada/divulgada obedecem às áreas de interesse de cada grupo, desde a fotografia, o cinema de animação e pré-cinema, as artes plásticas, a música, a ilustração, a arte multimédia, as artes performativas, até à literatura e à arte emergente. Relativamente consensuais são também os principais objetivos na utilização: conhecer novas realidades e tendências, atualização de conhecimentos, divulgar trabalhos artísticos, informar sobre eventos, captar novos públicos. Desde o objetivo de utilização mais comum, como afirma o Entrevistado 1 – Artista com recurso aos meios tradicionais (E1) “Estar em contacto com o que é desconhecido para mim; buscar a troca sensível e o pensamento social”, até ao objetivo de utilização mais interventivo, como afirma o E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais): “Atualização de conhecimentos. Divulgação de conteúdos artísticos e culturais. Sensibilizar e alertar para questões de destruição de património. Consciencialização humanística da importância da conservação do património cultural das diversas sociedades, que a todos diz respeito”, passando pelo objetivo de utilização mais comercial, tal como afirma o E11 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais): “Acima de tudo, o nosso objetivo é o fim comercial. Obviamente que, simultaneamente, também é dar a oportunidade de reconhecimento artístico aos novos autores que aceitamos divulgar. A divulgação virtual é sempre que possível complementada, no entanto, com exposições de carácter físico”.

No que diz respeito às principais preocupações na seleção da informação artística, praticamente todos os entrevistados, independentemente da categoria onde se inserem, referem a inovação, a criatividade, a qualidade estética, a originalidade, o rigor ou a pertinência dos conteúdos, o que mais têm em conta na pesquisa. Em alguns casos, como é da opinião o E6 (Artista com recurso aos meios digitais), nota-se que existe uma preocupação meramente comercial, quando afirma “procuro na arte um espelho, um reflexo, do que o cliente pretende transmitir, não o que eu quero. Sobretudo, há uma necessidade de colocar-me entre a necessidade do cliente e o desejável produto final”.

Verifica-se, também, como refere o E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), uma “certificação da veracidade da informação”. Estas considerações comprovam-se na questão da satisfação sentida pelo recurso utilizado. A maioria dos entrevistados menciona o facto das novas tecnologias potenciarem fortemente a divulgação da informação, pela abrangência e velocidade com que se propaga. A facilidade e a comodidade de acesso, a economia de tempo e de material, o custo mais reduzido na divulgação, a captação de novos públicos, também são factos frequentemente referidos. Para aqueles que trabalham exclusivamente com os recursos tecnológicos, a satisfação é máxima. Porém, em alguns casos, verifica-se uma satisfação relativa, como afirma estar o E12 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais): “Maravilhado pela quantidade de materiais disponibilizados e horrorizado pela qualidade técnica disponível. Por exemplo, no Youtube particularmente, existem disponíveis para visualização filmes essenciais sobre a história do cinema, mas com péssima qualidade de imagem”. Outras opiniões, no entanto, levam-nos a crer alguma fragilidade nesta satisfação, de que serve de exemplo a consideração do E1 (Artista com recurso aos meios tradicionais): “Satisfaz-me na medida em que posso conhecer e comunicar com incontáveis pessoas, artistas e obras de arte. Mas sempre que posso, deixo as tecnologias de lado para ter contactos menos isolados e mais humanos”. Na opinião do E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), são “os recursos tecnológicos satisfatórios, mas apenas como complemento”.

Já para os constrangimentos enfrentados, várias respostas apontam para o facto da impossibilidade de uma apreciação mais física e mais direta, o facto de muitas obras carecem de direitos de autor, a imensa quantidade de informação plagiada que é disponibilizada, a “aglomeração não categorizada da informação pode levar ao desinteresse. Também alguma má qualidade estética e gráfica na divulgação pode levar ao mesmo fim”, de acordo com o E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais). Neste sentido, tal como afirma o E2 (artista com recurso aos meios tradicionais): “Torna-se difícil identificar embustes, manipulações de imagem ou apropriações de trabalhos de outrem”. Em suma, a falta de contacto humano traz como consequência “uma experiência muito fugaz, com a vontade de ver mais e mais coisas, que acaba por não ter a intensidade de uma experiência presencial”, tal como afirma o E17 (Apreciador/crítico de arte digital), e que “Não permitem, muitas vezes, aferir com muita acuidade da realidade das obras, das suas múltiplas dimensões, de pequenos detalhes/pormenores. A utilização de um suporte tecnológico pode modificar um pouco a qualidade e essência

das obras, em face da qualidade e capacidade desse mesmo suporte”, citando o E14 (Apreciador/críticos de arte tradicional). Tudo isto pode levar a uma “banalização da obra em si, devido à ampla divulgação, muitas vezes por pessoas pouco qualificadas, que não entendem o real valor da obra e sua relevância no campo da arte”, tal como afirma o E5 (Artista com recurso aos meios digitais). Com a opinião do E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), é de notar que “ainda há muitas omissões quanto à aproximação à verdadeira obra de arte (à sua realidade), pelas limitações de cor, de escala, dos valores matéricos, bem como das próprias técnicas utilizadas pelo artista”.

6.2 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Nesta segunda instância de análise, à semelhança do procedimento empregue na primeira instância, procurámos compreender a virtualização da arte enquanto transfiguração imagética. Atendemos, portanto, aos mesmos critérios e recorreremos aos mesmos intervenientes: os que utilizam profissionalmente e integralmente os recursos tecnológicos (dimensão digital), bem como os que apenas se servem desses recursos como exercício complementar ou acessório (dimensão tradicional).

Também à semelhança do procedimento na primeira instância de análise, para cada dimensão mencionada nos respetivos e seguintes quadros de análise (quadros 8, 9, 10, 11, 12, 13), foi colocada a informação que serve de indicador de resposta obtida dos diferentes elementos entrevistado. Este conjunto de informação foi selecionada tendo em conta a sua pertinência, a sua representatividade e a sua contextualização concreta, para posterior análise de conteúdo, específica e geral.

Quadro 8 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Artistas com recurso aos meios tradicionais)

	Dimensão	Indicadores
	Reconhecimento da mensagem veiculada	<p>“Em minha opinião, sim”.</p> <p>“Às vezes”.</p> <p>“A arte digital, especialmente a música, continua a ter com os recursos tecnológicos a capacidade de transmitir a sua mensagem, mas não tanto como presenciar fisicamente. Assistir a um concerto ao vivo é uma experiência muito</p>

A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética		mais intensa emocionalmente do que escutar e ver no computador”.
	Originalidade da mensagem concebida	<p>“Depende mais da mensagem do que do suporte”.</p> <p>“Nem sempre”.</p> <p>“O momento que antecede e o momento que sucede ao assistir uma performance são fundamentais para que se compreenda o que é apresentado. Daí que o entendimento de originalidade de uma determinada mensagem se prenda também com o entendimento do que antecede e sucede o confronto com a mensagem em causa”.</p>
	Integridade e plenitude da comunicação proporcionada	<p>“Acredito na integridade. A plenitude pode ser mais relativa. Não é que o digital seja melhor ou pior, mas pensá-lo como um substituto de contacto tradicional, do estar presente em corpo e alma parece-me um equívoco”.</p> <p>“Por vezes, não”.</p> <p>“Tento sempre que a informação que disponibilizo publicamente seja verdadeira e o mais fiel possível à realidade. No entanto, a integridade e a plenitude da comunicação não se esgota na pessoa que publica, mas depende também dos interesses da pessoa que recebe”.</p>
	Revelação emocional originada	<p>“Sim”.</p> <p>“Tem-se essa intenção mas nem sempre alcança esse objetivo”.</p> <p>“Acho que sim. Quando coloco um vídeo, sem qualquer descrição, quase ninguém o visualiza. Mas quando existe uma breve descrição, de forma criativa e estimulante à curiosidade, obtenho sempre muito mais visualizações. Neste sentido, a revelação emocional funciona, se estimulada”.</p>
	Principais qualidades da imagem digital	<p>“A facilidade com que ela se alastra. O que também é seu defeito em muitos casos. No caso da fotografia o processo de tratamento digital é deveras engrandecedor. Trabalho com fotografia digital, mas continuo a trabalhar com filmes”.</p> <p>“Um suporte fácil e rápido”.</p> <p>“Pode criar mais intimidade, uma vez que o recetor, nestas condições, se encontra isolado e mais compenetrado no que vê. A imagem digital pode ser vista repetidamente. Contudo, ver uma imagem no mundo real cria uma interação mais natural e mais humana”.</p>

	Principais limitações da imagem digital	<p>“Gosto muito da imagem pendurada na parede, de sua ampliação em geral. O digital talvez tenha tornado as imagens ainda mais efêmeras. Elas se acumulam em discos rígidos de memórias que por vezes não são revisitados. E paralelamente à abundância há o processo de insensibilidade, várias imagens passam despercebidas”.</p> <p>“Não chega a todas as camadas da população”.</p> <p>“Muitas vezes, ao estar inserida num contexto imagético diferenciado e descontextualizado pode retirar-lhe a sua importância. Sentir plenamente pressupõe o uso dos cinco sentidos; são todos fundamentais para a compreensão do que está a ser apresentado. A arte digital privilegia essencialmente dois sentidos (visão e audição)”.</p>
--	---	--

Quadro 9 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Artistas com recurso aos meios digitais)

	Dimensão	Indicadores
<p style="text-align: center;">A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética</p>	Reconhecimento da mensagem veiculada	<p>“Sim”.</p> <p>“A principal característica atribuída a virtualização da arte é a democratização desta. Todos podem consumir e até produzir arte. Para isso, no entanto, é preciso uma maior simplificação da mensagem. Obras mais pessoais, que exijam um nível mais profundo de conhecimento do fruidor, são menos apreciadas nesse meio”.</p> <p>“Reconheço, porque já adquiri uma maturidade gráfica e técnica e estou constantemente a analisar e a receber novas criações, por exemplo, através de newsletter de instituições credíveis da área”.</p>
	Originalidade da mensagem concebida	<p>“Nem sempre”.</p> <p>“A originalidade tem sido cada vez mais escassa nesse meio, devido à enorme quantidade de obras, artistas, amadores e divulgadores”.</p> <p>“Normalmente, consigo. Apesar de que é muito fácil qualquer pessoa fazer apropriações indevidas, não só dos objetos artísticos, mas das técnicas (tutoriais) utilizadas. O que é próprio e até frequente pela facilidade e pelo acesso à manipulação da imagem através das tecnologias. Até porque existem, atualmente, <i>sites</i> que ensinam a reproduzir determinadas obras”.</p>

	<p>Integridade e plenitude da comunicação proporcionada</p>	<p>“Não”.</p> <p>“A Internet, como qualquer comunidade, tem suas regras e seus pressupostos, com a diferença de que tudo é mais rápido e mais dinâmico. As modas, os modos, de pensar se espalham e se tornam “modinhas”, no dizer dos internautas. Isso posto, a integridade e a plenitude da comunicação ficam comprometidas. Todos têm opinião sobre tudo, o que não necessariamente é uma vantagem. Pois essas opiniões, muitas vezes, são moldadas pela repetição de ideias a que estão expostos todos os que convivem com a Internet regularmente. É o efeito viral da informação, que não precisa ser correta nem verdadeira, apenas despertar a atenção do público”.</p> <p>“Considero que existe integridade inicialmente, mas, muitas vezes, são pretextos utilizados para desvendar e desmistificar as técnicas usadas na produção da arte. Mas, com muito mais frequência, considero haver uma certa ingenuidade por parte dos que recebem a mensagem, que, muitas vezes, acabam por ser manipulados por interesses de <i>merchandising</i>”.</p>
	<p>Revelação emocional originada</p>	<p>“Nem sempre”.</p> <p>“Complementando o que foi dito acima, acho que pouco há de realmente sincero no que é dito na rede. Em poucas palavras, é muito mais achismo e coisa de momento. A rapidez da internet leva à rapidez do pensar, o que diminui a profundidade desse pensar”.</p> <p>“A tecnologia permite sempre a emoção, porque a emoção é uma consequência íntima que resulta de um processo mental independente do ambiente (real ou virtual) que despoletou essa emoção”.</p>
	<p>Principais qualidades da imagem digital</p>	<p>“Dar a conhecer a existência das obras de arte e dos artistas – divulgação”.</p> <p>“A facilidade de acesso por todos. A ampla divulgação. Imensa quantidade de informação técnica e teórica sobre o assunto. Facilidade de fazer inter-relações entre obras e artistas”.</p> <p>“A linguagem simplificada. A possibilidade de uma construção de ícones visuais. Por exemplo, a escolha de uma cor ter mais aplicabilidade simbólica de forma mais abrangente, se tivermos em conta o conceito visual de Bauhaus, nomeadamente a teoria de Kandinsky. Assim, menos é mais”.</p>

	Principais limitações da imagem digital	<p>“Não oferecer a experiência total das obras ‘reais’”.</p> <p>“A fruição, ou é imediata, ou não ocorre de forma alguma. Não há envolvimento de outros sentidos além da visão e da audição. Não há uma imersão emotiva/intelectiva como ocorre num museu ou numa galeria, pois não há tempo para isso, nem ambiente. É um estilo “fast food” de fruição artística”.</p> <p>“A carga simbólica existente no mundo virtual não corresponde na íntegra ao que existe na realidade física, o que, por vezes, leva a um certo desencontro da mensagem que se pretendeu transmitir”.</p>
--	---	---

Quadro 10 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais)

	Dimensão	Indicadores
<p style="text-align: center;">A</p> <p style="text-align: center;">Virtualização</p> <p style="text-align: center;">da Arte</p> <p style="text-align: center;">enquanto</p> <p style="text-align: center;">Transfiguração</p> <p style="text-align: center;">Imagética</p>	Reconhecimento da mensagem veiculada	<p>“Sim, dependendo do contexto e da mensagem veiculada. Ao vivo a emoção é mais forte, impactante. A mensagem ao apelar de forma mais intensa aos sentidos melhor é compreendida, ao vivo isto é mais possível e eficaz”.</p> <p>“Umás vezes, reconheço; outras vezes, não. Tudo depende do conhecimento prévio que possuímos acerca de algo que visualizamos virtualmente. Por exemplo, houve livros cujas versões cinematográficas foram mais reveladoras (como foi o caso de “O Nome da Rosa”, de Umberto Eco). Depende também do estado de espírito e da bagagem imagética que se tem no momento que se efetua essa relação com a arte digital”.</p> <p>“Tendo em conta a resposta anterior, relativamente aos principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos, o reconhecimento da mensagem depende da qualidade do que é apresentado digitalmente, sabendo que toda a imagem é sempre um elemento indutor para algo mais”.</p>
	Originalidade da mensagem concebida	<p>“Sim, dependendo do contexto e da mensagem em si. Se inserida num contexto que facilite a sua visualização (por exemplo num site especializado, complementado por informações e descrições fidedignas)”.</p> <p>“O reconhecimento depende muito da credibilidade das fontes. É certo que a dimensão</p>

		<p>que a Internet permite vislumbrar nem sempre corresponde à dimensão real dos objetos artísticos, por mais proporcionais que se apresentem no ecrã. A representação virtual nunca corresponde à representação real, desde logo porque não é o original mas uma representação”.</p> <p>“Sempre a montante pode haver um ponto de partida e uma fidelização à temática que, todavia, no decurso/consumação me escapa muitas vezes. A obra aberta (no sentido que refere Umberto Eco) leva sempre à inflexão de caminhos. Neste caso, não podemos descurar o domínio técnico do usuário aquando essa experiência, tal como, ao nível tradicional, das técnicas tradicionais”.</p>
	<p>Integridade e plenitude da comunicação proporcionada</p>	<p>“Depende dos objetivos dos intervenientes. Já detetei muitos lapsos e enganos em publicações acerca de autoria de obras e textos literários, o que pode levar a crer que, em alguns casos, existe pouca integridade e plenitude da comunicação efetuada”.</p> <p>“No caso da Rota do Românico, procuramos transmitir e divulgar todas as informações tendo em conta a integridade e o rigor científicos. Para isso existe a Comissão Científica. Toda a comunicação efetuada passa por esse crivo, quer as publicações em formato físico, quer as informações disponibilizadas na Web. No entanto, sei que nem tudo o que a Internet disponibiliza é de fonte credível. Alguns <i>sites</i>, como é o caso da Wikipédia, têm a preocupação de advertir o utilizador, mas outros há que não o fazem”.</p> <p>“A moral e a ética do artista levam a que seja possível separar águas, nomeadamente dentro destes ambientes técnicos”.</p>
	<p>Revelação emocional originada</p>	<p>“Depende do contexto e da mensagem. Embora parece ser possível construir uma revelação emocional através dos recursos virtuais”.</p> <p>“A emoção é sempre diferente daquela que é originada no mundo real. No entanto, uma situação é visualizar uma imagem de algo que já tivemos um contacto emocional no mundo real, outra situação é ficarmos pelo conhecimento meramente sensorial. Há sempre um antes e um depois. Tendo em conta que a imagem virtual não substitui o objeto real representado, a emoção, neste caso, será mais um despertar de curiosidade”.</p>

		<p>“Com as novas possibilidades digitais (ampliação do som, associação dinâmica de imagens) há uma recriação da empatia, um reforço da emoção. Neste sentido, favorecem uma reação emocional pela capacidade sensorial que permitem e pela evocação/sugestão que incitam”.</p>
	Principais qualidades da imagem digital	<p>“Rapidez de disseminação, portabilidade, de fácil tratamento e transformação”.</p> <p>“Pode ser visualizado com mais tempo e pormenor. Possibilita a ampliação da imagem, caso esta tenha, obviamente, boa qualidade gráfica”.</p> <p>“Permitem uma maior divulgação da obra de arte. Provocam a vontade de apreciação e estimulam a ideia de contacto com o real”.</p>
	Principais limitações da imagem digital	<p>“Riscos de efemeridade de existência a não ser que corretamente conservada”.</p> <p>“A realidade pode ser deturpada, uma vez que a sua representação nunca é real e impele, em alguns casos, para uma perceção onde se confundem várias características, como o tamanho, o aspeto, o formato...”</p> <p>“Pode, em alguns casos, levar a uma problematização sobre uma temática e/ou influenciar o consumidor negativamente, pelo seu poder de manipulação”.</p>

Quadro 11 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Entidades promotoras com recurso aos meios digitais)

	Dimensão	Indicadores
	Reconhecimento da mensagem veiculada	<p>“Menos do que na vida real”.</p> <p>“Sim, mas isso depende também da informação adicional que complementa a imagem da obra em causa. Desta forma, está a ser, no presente, nossa preocupação maximizar os recursos e os conteúdos da nossa plataforma digital, nomeadamente ao que concerne à informação relativa das obras disponibilizadas. A mensagem digital é sempre transmitida independentemente da forma como a obra foi inicialmente elaborada, digitalmente ou não”.</p> <p>“Claro. Contudo, depende sempre da qualidade estética da imagem. Obviamente, depende também da cultura e bagagem de conhecimentos que o indivíduo possui quando se confronta com determinada forma de arte. De</p>

A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética		<p>salientar que a forma como o produto artístico é apresentado ao espectador influencia a forma como o mesmo o compreende. Em muitos casos, prevalecem aproveitamentos ideológicos, ou outros interesses menos transparentes, através de manipulações propositadas por parte de quem disponibiliza os conteúdos nas Redes Sociais”.</p>
	Originalidade da mensagem concebida	<p>“Facilidade de falsificação”.</p> <p>“Para todas as obras que vendemos, sempre que se justifique, temos um certificado de autenticidade assinado pelo próprio autor. Obviamente que, em alguns casos, esta autenticidade não pode ser assegurada, uma vez que o próprio artista assume que se trata de uma edição ilimitada. O reconhecimento da obra pressupõe a honestidade do seu criador. À partida, confiamos sempre”.</p> <p>“Depende, sobretudo, da questão de riqueza cultural e de bagagem de conhecimentos. A falsidade pode ser um recurso praticável patente em qualquer circunstância, seja no âmbito virtual ou não. Vejamos o caso do filme “Shattered Glass: Verdade ou Mentira”, de 2003, realizado por Billy Ray, que conta a história de jornalista de uma revista The New Republic, que inventava as histórias nos seus artigos”.</p>
	Integridade e plenitude da comunicação proporcionada	<p>“A comunicação não presencial proporciona um ruído não humano que não permite essas condições, essencialmente, humanas”.</p> <p>“Da parte da Shair, tentamos que seja sempre o mais fiel possível à mensagem idealizada e produzida pelo artista. Todas as imagens promocionais utilizadas são sempre autorizadas pelos artistas com quem trabalhamos, desta forma a integridade e plenitude da comunicação são objetivos desejados sempre que existe uma transição do <i>web site</i> para as Redes Sociais”.</p> <p>“Para haver integridade e plenitude na comunicação é necessário existir, essencialmente, uma boa capacidade de expressão e, acima de tudo, honestidade e seriedade de quem se expressa. No mundo virtual, como no mundo real, depende sobretudo da integridade dos intervenientes”.</p>

	<p>Revelação emocional originada</p>	<p>“O virtual não consegue transmitir emoção genuína como uma obra vista no museu”.</p> <p>“Não de igual forma como se processa no mundo real. No entanto, é possível estabelecer um processo emocional face às obras virtuais ou através da imagem digital. É de notar que os museus tradicionais já há bastante tempo que recorrem às tecnologias, deixando de ser meros espaços de contemplação presencial onde o silêncio é reinante. Cada vez mais apostam nos recursos tecnológicos e em novas organizações de espaço de forma a abarcar novas formas de arte, como o Sound-Art, a Media Art, por exemplo”.</p> <p>“A arte é direcionada às emoções, essencialmente. No caso virtual, havendo boa qualidade estética, a revelação emocional é possível, sempre de acordo com o conteúdo e riqueza cultural do público, como em qualquer outra circunstância”.</p>
	<p>Principais qualidades da imagem digital</p>	<p>“Ter a oportunidade de ver as fotos, a qualquer momento. Aumentar o tamanho da imagem”.</p> <p>“É facilmente reproduzida. Rapidamente colocada em circulação e em partilha. Facilmente adaptável aos argumentos iniciais do artista”.</p> <p>“O seu acesso, logo a democratização dos meios de produção”.</p>
	<p>Principais limitações da imagem digital</p>	<p>“Não posso ver a imagem em diferentes condições de iluminação e ângulo de vista diferente”.</p> <p>“O facto de não haver limitações para a arte digital acaba por ser, por si só, a maior limitação. É cada vez mais difícil garantir a unicidade da obra de arte, apesar de algumas garantias por parte do seu criador”.</p> <p>“A sua efemeridade. A conservação do artigo digital é mais difícil do que pelos meios tradicionais, devido à capacidade de armazenamento de informação. Para além de mais dispendiosa, a preservação digital é menos perene do que a boa preservação física da obra de arte”.</p>

Quadro 12 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Apreciadores/críticos de arte tradicional)

	Dimensão	Indicadores
A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética	Reconhecimento da mensagem veiculada	<p>“Se compreendo bem a questão e aquilo a que se refere por mensagem da arte digital, sim”.</p> <p>“Concebo que a mensagem veiculada pela arte digital é maioritariamente a mensagem veiculada pela obra que se nos apresenta em cada caso. Nesse sentido reconheço, no global, a mensagem (ou mensagens) da obra, mesmo se tiver que recorrer a outros dados e informações sobre uma dada obra, caso inicialmente não consiga compreender algumas (ou várias) dimensões da obra”.</p> <p>“Maioritariamente, mas nem sempre”.</p>
	Originalidade da mensagem concebida	<p>“Sim”.</p> <p>“Nas diversas roupagens que uma obra pode ter, as leituras serão diferentes, necessariamente diferente da original, mas não deixam por isso de serem interessantes e suscitarem a atenção e curiosidade”.</p> <p>“Sim, mas nem sempre a originalidade significa o belo”.</p>
	Integridade e plenitude da comunicação proporcionada	<p>“Depende do (s) artista (s) e de quem usa a arte (com que propósito?)”.</p> <p>“Não existe, na maior parte dos casos, mas tal como o suporte em que ela é apresentada (ou produzida) modifica a obra <i>per si</i>, outros fatores como o tempo, o contexto social, o contexto presencial, ou a personalidade de cada indivíduo”.</p> <p>“Nem sempre”.</p>
	Revelação emocional originada	<p>“Se por revelação emocional, entendermos é um tipo de arte que evoca sentimentos e “paixões”, sim”.</p> <p>“Sim, a certos níveis, embora não na sua integralidade ou que seja perfeccionados com alguma deturpação face à origem ou criação”.</p> <p>“Sim, frequentemente”.</p>
	Principais qualidades da imagem digital	<p>“A imagem digital é para mim um outro meio de expressão. Vem trazer novas questões e colocar a questão antiga de “O que é a arte?”. No fundo, a fotografia foi uma revolução tecnológica, desconsiderada do mundo da arte por muitos anos. Ainda hoje se ouvem vozes afirmando que a fotografia é uma arte menor. Com o desenvolvimento da imagem digital, a questão bifurca-se e toma novos contornos pois também se expande para outros campos (design,</p>

		design gráfico, “body art”, impressão 3D, jogos de computador, criação de mundos virtuais, hologramas...). A fronteira entre os mundos (digital e não-digital) é também ponto de reflexão”. “Acessibilidade, difusão, rapidez, interação, custos, e organização”. “A capacidade de transformação”.
	Principais limitações da imagem digital	“Neste momento, está em evolução, pelo que a principal limitação é realmente estabelecer-se como arte – ou como uma forma de expressão de diferentes artes, ou ainda quem sabe, de uma fusão (ponto de encontro de diferentes expressões artísticas) ”. “Não permitem um contacto direto com a obra. Podem alterar a obra original na sua reprodução, podem sugerir falsas realidade ou falsos entendimentos da mesma, que podem ser vantajosos para os produtores e difusores da mesma, e não tanto para os recetores e os que interagem com ela”. “A utilização por terceiros e o uso abusivo”.

Quadro 13 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética (Apreciadores/críticos de arte digital)

	Dimensão	Indicadores
	Reconhecimento da mensagem veiculada	“Sim. Nos dias de hoje estou mais otimista em relação à arte digital. Confesso que antes, tinha alguma dificuldade em reconhecer este género de arte”. “Sim, um maior acesso, maior proximidade, no sentido de chegar a mais pessoas, sem deixar de mostrar o trabalho artístico”. “Reconheço a sua capacidade para tentar democratizar o acesso à arte e libertá-la dos espaços físicos em que está confinada: o local é o global, mas o global também é o local. Existe ainda um fortíssimo poder das imagens, que se sobrepõe à palavra. Com a arte digital surgem, no fundo, novas dinâmicas virtuais modernas como alternativa às formas mais tradicionais de interagir”.
	Originalidade da mensagem concebida	“Sem dúvida que sim”. “Sim. De outra forma, por exemplo, não tínhamos conhecimento de trabalhos ou artistas, que não são tão conhecidos e não têm tanta visibilidade, mas ainda assim fazem um bom trabalho”.

A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética		<p>“A mensagem veiculada pela arte digital é original na medida em que transpõe as noções de espaço e de tempo (encurtamento das distâncias, nova espacialidade da arte), é evolutiva (não é estanque nem está presa a limites espaço-temporais), mistura as esferas públicas e privadas, e adapta-se aos públicos mais heterogêneos”.</p>
	Integridade e plenitude da comunicação proporcionada	<p>“Integridade sim, plenitude talvez não. Os recursos digitais nunca se compararão à completude de se fazer nascer as formas com as próprias mãos, sem máquinas nenhuma nem afins”.</p> <p>“Não considero que haja plenitude total. Há um entendimento daquilo que é transmitido, mas a emoção acaba por ficar aquém. E emoção também faz parte da comunicação”.</p> <p>“A virtualização da arte surge, a meu ver, como uma linguagem universal que tenta transpor fronteiras culturais, linguísticas e geográficas; mas como é algo em constante construção e desconstrução, e não algo de finito, creio que dificilmente se pode falar em integridade ou plenitude da comunicação”.</p>
	Revelação emocional originada	<p>“Sim. Todas as artes nos revelam emoções. A digital abarca muitos elementos e não será diferente das outras. O poder do movimento das imagens, do som e os quase infinitos recursos, a interação que suscita ao artista e ao público, pode transmitir grandes revelações, muito próximas da realidade”.</p> <p>“Sim, é a projeção de algo para alguém, logo o artista parte de alguma emoção ou motivação, mas enquanto espectador não vivemos uma emoção completa, precisamente porque é virtual. Visualizar um quadro na Internet, não nos garante uma experiência na sua totalidade como vê-lo num museu, onde marcamos presença. Aí é uma experiência real, mais vivida”.</p> <p>“Sem dúvida que nunca houve como hoje em dia, isto é, na era da globalização e da comunicação virtual, tamanha exposição e partilha dos afetos. Com as comunidades virtuais, redescobre-se o “estar junto” (cf. pós-modernidade de Maffesoli) e partilham-se emoções. Surgem como alternativa às formas mais tradicionais de comunicar”.</p>

	Principais qualidades da imagem digital	<p>“A resolução e a nitidez da imagem, a cor, a luz, o movimento e a interação entre as pessoas e as obras digitais por exemplo. Podendo até entrarmos dentro das imagens e tornarem-se cada vez mais reais”.</p> <p>“O maior acesso, a maior divulgação”.</p> <p>“A imagem digital, hoje em dia, assemelha-se cada vez mais ao objeto real, o que proporciona ao apreciador da arte virtual sensações e emoções bastante fortes; por exemplo, as imagens em 3D, cada vez mais usuais, transmitem a ilusão de se entrar num museu e de observar quadros como se estivéssemos presentes fisicamente”.</p>
	Principais limitações da imagem digital	<p>“Ser ou não ser arte. A imaterialidade destas artes digitais”.</p> <p>“Uma diminuição na experiência vivida em comparação com uma imagem real. Por vezes, também há uma certa desvirtuação”.</p> <p>“A imagem digital, por muito evoluída que seja, ainda não proporciona certas sensações (toque, cheiro...) essenciais na apreciação fidedigna da arte. O livro digital dificilmente irá substituir o livro em suporte papel. Além disso, existe, paralelamente a toda essa efervescência virtual, um real isolamento do usuário, uma vez que a frieza do ecrã não tem capacidade de substituir relações pessoais”.</p>

6.2.1 - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética – Análise de conteúdo

Analisar, embora simbolicamente, o fenómeno da virtualização da arte à luz do conceito da transfiguração impele-nos para o reino do alegórico e do metafórico. Em todo o caso, parece-nos evidente que não desalinhar este trilho do nosso percurso seja uma escolha sensata, uma vez a compreensão dos fenómenos depende, em larga escala, das analogias simbólicas que todo o conhecimento, científico ou não, advogam. A transfiguração que aludimos é um episódio bíblico, um conceito que brota da crença espiritual e que floresce no mundo misterioso dos sentimentos humanos. Relacioná-lo com um fenómeno decorrente de uma evolução técnica e tecnológica leva-nos a cruzar, delicadamente, conceitos, sem crismos as arestas conceptuais de ambos ou a deformar as suas particulares configurações ideológicas. Neste sentido, admitimos seis questões a ser perscrutadas pelos diferentes entrevistados.

Na primeira questão, o reconhecimento da mensagem veiculada, todos os entrevistados admitem, relativamente, reconhecer a mensagem oriunda das fontes virtuais. Como refere o E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), “a imagem é sempre um elemento indutor para algo mais”. Embora alguns argumentem, como é o caso do E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais), que “a arte digital, especialmente a música, continua a ter com os recursos tecnológicos a capacidade de transmitir a sua mensagem, mas não tanto como presenciar fisicamente”, ou como o caso do E7 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais, ao afirmar que “ao vivo a emoção é mais forte, impactante. A mensagem ao apelar de forma mais intensa aos sentidos melhor é compreendida, ao vivo isto é mais possível e eficaz”. Já o E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais) argumenta que “umas vezes, reconheço; outras vezes, não. Tudo depende do conhecimento prévio que possuímos acerca de algo que visualizamos virtualmente”, opinião em concordância com o E11 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) ao afirmar que “depende também da informação adicional que complementa a imagem da obra em causa” e com o E12 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) ao dizer que “depende sempre da qualidade estética da imagem”.

Na questão da originalidade da mensagem concebida, as respostas são um pouco mais diferentes. No caso do E1 (Artista com recurso aos meios tradicionais), responde que esse reconhecimento “depende mais da mensagem do que do suporte”. No caso do E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais), argumenta “que o entendimento de originalidade de uma determinada mensagem se prenda também com o entendimento do que antecede e sucede o confronto com a mensagem em causa”. A justificação prende-se um pouco com a massificação da informação, pelo que afirma o E5 (Artista com recurso aos meios digitais), uma vez que “a originalidade tem sido cada vez mais escassa nesse meio, devido à enorme quantidade de obras, artistas, amadores e divulgadores”, “o que é próprio e até frequente pela facilidade e pelo acesso à manipulação da imagem através das tecnologias”, como afirma o E6 (Artista com recurso aos meios digitais). Em todo o caso, os entrevistados parecem concordar que esse reconhecimento “depende muito da credibilidade das fontes” E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais) e, como também diz, dado que “a representação virtual nunca corresponde à representação real, desde logo porque não é o original mas uma representação”. No entanto, como refere o E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), toda a criação sendo uma “obra aberta (no sentido

que refere Umberto Eco) leva sempre à inflexão de caminhos. Neste caso, não podemos descurar o domínio técnico do usuário aquando essa experiência, tal como, ao nível tradicional, das técnicas tradicionais”.

Na terceira questão, no que concerne à integridade e plenitude na comunicação proporcionada, as opiniões são ainda mais divergentes. O E1 (Artista com recurso aos meios tradicionais) diz o seguinte: “Acredito na integridade. A plenitude pode ser mais relativa. Não é que o digital seja melhor ou pior, mas pensá-lo como um substituto de contacto tradicional, do estar presente em corpo e alma parece-me um equívoco”. O E2 (Artista com recurso aos meios tradicionais) afirma que “por vezes, não”. Já o E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais) assume que “tento sempre que a informação que disponibilizo publicamente seja verdadeira e o mais fiel possível à realidade. No entanto, a integridade e a plenitude da comunicação não se esgota na pessoa que publica, mas depende também dos interesses da pessoa que recebe”. Na opinião do E5 (Artista com recurso aos meios digitais), este facto deve-se ao “efeito viral da informação, que não precisa ser correta nem verdadeira, apenas despertar a atenção do público” e também, pelo que diz o E6 (Artista com recurso aos meios digitais) pelo facto de “haver uma certa ingenuidade por parte dos que recebem a mensagem, que, muitas vezes, acabam por ser manipulados por interesses de *merchandising*”. Em todo o caso, como afirma o E7 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), “depende dos objetivos dos intervenientes”. Neste ponto, parece ser consensual que, à semelhança do que afirma o E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), “nem tudo o que a Internet disponibiliza é de fonte credível. Alguns *sites*, como é o caso da Wikipédia, têm a preocupação de advertir o utilizador, mas outros há que não o fazem”. Já o E14 (Apreciador/crítico de arte tradicional) afirma que a integridade e a plenitude nestes ambientes digitais “não existem, na maior parte dos casos, mas tal como o suporte em que ela é apresentada (ou produzida) modifica a obra *per se*, outros fatores como o tempo, o contexto social, o contexto presencial, ou a personalidade de cada indivíduo”. A justificação que a E18 (Apreciador/crítico de arte digital) é que “a virtualização da arte surge, a meu ver, como uma linguagem universal que tenta transpor fronteiras culturais, linguísticas e geográficas; mas como é algo em constante construção e desconstrução, e não algo de finito, creio que dificilmente se pode falar em integridade ou plenitude da comunicação”.

Relativamente à revelação emocional originada, sendo a quarta questão analisada, alguns entrevistados, como o E1 ou o E15, afirmam que é possível, enquanto o E2

(Artista com recurso aos meios tradicionais) afirma que “tem-se essa intenção mas nem sempre alcança esse objetivo”. Se por um lado, como responde o E6 (Artista com recurso aos meios digitais), “a tecnologia permite sempre a emoção, porque a emoção é uma consequência íntima que resulta de um processo mental independente do ambiente (real ou virtual) que despoletou essa emoção”, por outro lado, como considera o E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), “a emoção é sempre diferente daquela que é originada no mundo real. No entanto, uma situação é visualizar uma imagem de algo que já tivemos um contacto emocional no mundo real, outra situação é ficarmos pelo conhecimento meramente sensorial”. Na opinião do E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), as tecnologias “favorecem uma reação emocional pela capacidade sensorial que permitem e pela evocação/sugestão que incitam”. Já o E10 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) entende que “o virtual não consegue transmitir emoção genuína como uma obra vista no museu”. Em suma, podemos afirmar que a emoção é diferente daquela que, tal como foi considerado pelo E11 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais), “se processa no mundo real. No entanto, é possível estabelecer um processo emocional face às obras virtuais ou através da imagem digital. É de notar que os museus tradicionais já há bastante tempo que recorrem às tecnologias, deixando de ser meros espaços de contemplação presencial onde o silêncio é reinante. Cada vez mais apostam nos recursos tecnológicos e em novas organizações de espaço de forma a abarcar novas formas de arte, como o Sound-Art, a Media Art” e, neste sentido, possa, tal como diz o E13 (Apreciador/crítico de arte tradicional), “evocar sentimentos e paixões”.

Na quinta questão, sobre quais as principais qualidades da imagem digital, recolhemos as seguintes opiniões: “um suporte fácil e rápido” E2 (Artista com recurso aos meios tradicionais); “pode criar mais intimidade, uma vez que o recetor, nestas condições, se encontra isolado e mais compenetrado no que vê. A imagem digital pode ser vista repetidamente. Contudo, ver uma imagem no mundo real cria uma interação mais natural e mais humana” E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais); “a facilidade de acesso por todos. A ampla divulgação. Imensa quantidade de informação técnica e teórica sobre o assunto. Facilidade de fazer inter-relações entre obras e artistas” E5 (Artista com recurso aos meios digitais); “pode ser visualizado com mais tempo e pormenor. Possibilita a ampliação da imagem, caso esta tenha, obviamente, boa qualidade gráfica” E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais); “a imagem digital, hoje em dia, assemelha-se cada vez mais ao objeto real, o que

proporciona ao apreciador da arte virtual sensações e emoções bastante fortes; por exemplo, as imagens em 3D, cada vez mais usuais, transmitem a ilusão de se entrar num museu e de observar quadros como se estivéssemos presentes fisicamente” E18 (Apreciador/crítico de arte digital).

Por outro lado, no que diz respeito à sexta questão, as principais limitações da imagem digital prendem-se com o facto de “não chegar a todas as camadas da população” E2 (Artista com recurso aos meios tradicionais) e, tal como diz o E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais) “muitas vezes, ao estar inserida num contexto imagético diferenciado e descontextualizado pode retirar-lhe a sua importância. Sentir plenamente pressupõe o uso dos cinco sentidos; são todos fundamentais para a compreensão do que está a ser apresentado. A arte digital privilegia essencialmente dois sentidos (visão e audição)”. Já o E5 (Artista com recurso aos meios digitais) considera que “a fruição, ou é imediata, ou não ocorre de forma alguma. Não há envolvimento de outros sentidos além da visão e da audição. Não há uma imersão emotiva/intelectiva como ocorre num museu ou numa galeria, pois não há tempo para isso, nem ambiente. É um estilo *‘fast food’* de fruição artística”. Outra opinião similar é a do E6 (Artista com recurso aos meios digitais), quando afirma que “a carga simbólica existente no mundo virtual não corresponde na íntegra ao que existe na realidade física, o que, por vezes, leva a um certo desencontro da mensagem que se pretendeu transmitir”. O E7 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais) aponta o facto dos “riscos de efemeridade de existência a não ser que corretamente conservada”, o E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), para o facto que a “realidade pode ser deturpada, uma vez que a sua representação nunca é real e impele, em alguns casos, para uma perceção onde se confundem várias características, como o tamanho, o aspeto, o formato...”. Para o E11 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) a principal limitação prende-se ao “facto de não haver limitações para a arte digital acaba por ser, por si só, a maior limitação. É cada vez mais difícil garantir a unicidade da obra de arte, apesar de algumas garantias por parte do seu criador” e de estar sujeita “a utilização por terceiros e ao uso abusivo”, como afirma o E15 (Apreciado/crítico de arte tradicional). Para o E18 (Apreciador/crítico de arte tradicional) “a imagem digital, por muito evoluída que seja, ainda não proporciona certas sensações (toque, cheiro...) essenciais na apreciação fidedigna da arte. O livro digital dificilmente irá substituir o livro em suporte papel. Além disso, existe, paralelamente a toda essa efervescência

virtual, um real isolamento do usuário, uma vez que a frieza do ecrã não tem capacidade de substituir relações pessoais”.

6.3 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Nesta terceira instância de análise, à semelhança do procedimento empregue na primeira e segunda instâncias, procurámos compreender a virtualização da arte enquanto duplicidade ideológica. Atendemos, portanto, aos mesmos critérios e recorremos aos mesmos intervenientes: os que utilizam profissionalmente e integralmente os recursos tecnológicos (dimensão digital), bem como os que apenas se servem desses recursos como exercício complementar ou acessório (dimensão tradicional).

Também à semelhança do procedimento na primeira e segunda instâncias de análise, para cada dimensão mencionada nos respetivos e seguintes quadros de análise (quadros 14, 15, 16, 17, 18, 19), foi colocada a informação que serve de indicador de resposta obtida dos diferentes elementos entrevistado. Este conjunto de informação foi selecionada tendo em conta a sua pertinência, a sua representatividade e a sua contextualização concreta, para posterior análise de conteúdo, específica e geral.

Quadro 14 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Artistas com recurso aos meios tradicionais)

	Dimensão	Indicadores
	Identificação com a arte virtual	<p>“É uma hipótese que tende a ser real em grande parte dos processos”.</p> <p>“Não”.</p> <p>“Considero que os recursos virtuais potenciam um maior e mais amplo conjunto de informação (novas obras, novos artistas). Obviamente que esta condição acaba também por influenciar a tomada de novas tendências e comportamentos. Por exemplo, com frequência procuro na Web algum reportório musical para futuros concertos da Orquestra Big Band. É inevitável a influência dos meios digitais”.</p>
	Tipo de interação com a arte virtual	<p>“Consumo-as e, às vezes, compartilho com outras pessoas. Mas não compartilho qualquer assunto”.</p> <p>“Só visualização/apreciação”.</p> <p>“Com o Facebook a minha interação efetua-se de duas formas: em grupos público e em grupos privados, com os quais a intensidade da minha</p>

A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica		interação varia entre a simples divulgação e a crítica construtiva”.
	Reconhecimento cultural/ideológico	<p>“Penso que arte está na maneira como a coisas são desempenhadas. Pode-se estudar algo de maneira científica mas praticá-las como arte. Na história muitas coisas tiveram que se esforçarem para adquirir o <i>status</i> de arte. É uma bobagem colocar um muro ao redor da arte impedindo-a de gestar novidades”.</p> <p>“Sim. Pelo alcance/acessibilidade global”.</p> <p>“Sim, reconheço. Cada vez mais. Não deveria ser assim, porque a música ao vivo tem muito mais força do que em suporte digital, mas com o digital consegue-se ter mais abrangência em termos de público. Neste sentido, o virtual não substitui a realidade, mas pode servir de complemento. De salientar que algumas criações não são tão mediáticas apenas porque não têm como objetivo a sua comercialização”.</p>
	Confiança depositada e recebida	<p>“Fico mais atento ao discurso, à forma, à comunicação sensível da expressão artística. Se é digital e bem executada, deposito minha confiança”.</p> <p>“Parte-se dessa base. Mas...”</p> <p>“Deposito e atribuo confiança, porque é uma excelente forma de divulgar a arte, mas enquanto complemento ou estimulante para que posteriormente se apreciar presencialmente”.</p>
	Sinceridade patente na interação	<p>“A sinceridade não depende do meio”.</p> <p>“Às vezes”.</p> <p>“Nos meios virtuais existem vários interesses, nomeadamente económicos. Daí que a sinceridade esteja sempre comprometida e dependente desse fator. Embora, em alguns casos de interação virtual, a sinceridade (quer de quem divulga, quer de quem recebe), exista de forma evidente”.</p>
	Principais motivações identitárias	<p>“As construções dos “Eus” passa a ser cada vez mais coletiva e os espaços para grandes reflexões têm diminuído”.</p> <p>“Divulgação e facilidade em obter resultados/respostas”.</p> <p>“Essencialmente, toda a interação virtual, ao processar-se de forma imediata e democratizada, possibilita um exercício pessoal de conhecimento do mundo, em sua larga extensão, e um exercício de autoconhecimento. Ou seja, a interação virtual funciona como um reflexo social daquilo que a sociedade propõe ideologicamente, dentro do qual podemos</p>

		intervir”.
--	--	------------

Quadro 15 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Artistas com recurso aos meios digitais)

	Dimensão	Indicadores
A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica	Identificação com a arte virtual	<p>“Nem sempre (apenas com alguns tipos de obras artísticas, nomeadamente aquelas que foram feitas para usufruto ou experiência digital e/ou virtual)”</p> <p>“Só no que tange à democratização do fazer e do fruir artístico. Quanto à legitimação da arte como tal, penso que houve uma mudança de paradigma que ainda não foi totalmente compreendido pelos artistas e críticos”.</p> <p>“Identifico-me, naturalmente, mas, por outro lado, coloco-me sempre na posição que, por analogia, corresponde ao que conheço da realidade física”.</p>
	Tipo de interação com a arte virtual	<p>“Efémera; recensões críticas (artigos de opinião em blogue pessoal); partilha de imagens nas redes sociais”.</p> <p>“Não participo muito de fóruns, apenas de algumas comunidades. De fato, tenho me imiscuído aos poucos nesse meio virtual”.</p> <p>“Essencialmente, utilizo fóruns de discussão. Já participei, no passado recente, em fóruns virtuais com fins criativos, e exerço, no presente, partilhas de trabalhos com direitos de autor no <i>site</i> DeviantArt.com, onde existem avatares cujos trabalhos se encontram em galerias virtuais passíveis de serem explorados e utilizados”.</p>
	Reconhecimento cultural/ideológico	<p>“Reconheço a arte virtual (considerando aquela que é criada exclusivamente para a virtualidade a que está destinada) como outro qualquer tipo de arte e, como tal, tem o seu espaço no universo artístico”.</p> <p>“Definitivamente, a arte virtual vai mudar a forma de pensar, de fazer e de fruir a arte, mas não creio que tenha um poder maior que a arte tradicional. Apenas alcança mais gente, mas, por sua própria natureza, não é muito propícia ao aprofundamento da apreciação artística”.</p> <p>“Sim, reconheço. Porque vivemos no mundo da imagem e os recursos tecnológicos facultam e veiculam essa nova realidade sociocultural”.</p>

	<p>Confiança depositada e recebida</p>	<p>“Relativamente”.</p> <p>“Ter confiança em qualquer coisa que circule na rede é problemático, devido à natureza aberta desse meio. Procuro absorver o que é bom e descartar o que não me parece como tal”.</p> <p>“Sim, porque encontro na arte, apesar de virtual, um apelo à dimensão humana, nas suas mais variadas virtudes”.</p>
	<p>Sinceridade patente na interação</p>	<p>“Não. Considero que na maior parte das vezes as opiniões são baseadas em impulsos infundados. Raramente são desenvolvidas sem qualquer preocupação em fundamentar ou para dizer porque se gosta. Gosta-se porque sim, porque é ‘bonito’, prazeroso (sem saber se ‘dá prazer’ ou porque é que o é)”.</p> <p>“Sinceridade também não é uma palavra muito relacionada com a Internet. Muitas vezes, as pessoas se aproveitam do fato de estarem incógnitas para despertarem o que há de pior nelas”.</p> <p>“Há sinceridade quando a partilha é baseada numa preocupação de conhecimento, não só a nível estético, mas também porque permite o autoconhecimento. Quase sempre, quem partilha não rouba”.</p>
	<p>Principais motivações identitárias</p>	<p>“Admito que apesar da ligeireza com que se partilham e comentam as obras de arte (sobretudo nas redes sociais, espaços de ‘scrolling’ sem preocupações de envolvimento mais sério e refletido), os espaços de interação virtual podem (e devem) fomentar a dinamização da arte e da procura de algo mais, de um desenvolvimento pessoal ao nível do conhecimento artístico, logo, desenvolvimento do próprio carácter.</p> <p>Quais as principais oposições identitárias na interação virtual: atenção: estamos a falar de dois tipos de interação a nível virtual relativamente às obras de arte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. o que se tem com as obras de arte em suportes ‘tradicionais’ (físicos), como as artes plásticas, a arquitetura, as artes performativas, o design; 2. o que se tem com obras de arte criadas para serem usufruídas nos suportes (media) virtuais: o Design Gráfico, a Web Design, a WebArt, a NetArt, o próprio cinema, os filmes artísticos. <p>Uma coisa é ‘ter conhecimento’ que os objetos artísticos reais existem – através de imagens,</p>

		<p>com maior ou menor definição -, o que não substitui (nem deve substituir) a experiência da fruição presencial, que permite ‘conhecer’ o objeto. No entanto, pode conhecer-se o objeto, sabendo mais sobre ele. Saber o contexto em que foi criado, quando, por quem, como, porquê. Para isso não é necessário estar na sua ‘presença’ física.</p> <p>Outra coisa é conhecer e usufruir da experiência artística virtual, para a qual foi feito esse objeto. E aqui também dependem outros fatores como a resolução de imagem ou o suporte em que se experiencia (uma coisa é ver num iPad Mini, outra numa Smart TV de um metro ou numa projeção numa parede, em casa ou numa galeria/museu)”.</p> <p>“Principalmente a facilidade de acesso à informação, de divulgação e pelas facilidades técnicas. Infelizmente, a arte tradicional está cada vez menos valorizada em meu país”.</p> <p>“A partilha de conhecimento é muito mais vasto e, algumas vezes, mais profundo, dado que o diálogo resultante despoleta uma visão mais pessoal da realidade. Neste sentido, havendo uma maior possibilidade de comunicação, apesar de virtual, há também uma maior interação, quer com o outro, quer conosco. E isto é, essencialmente, um processo dinâmico de autoconhecimento”.</p>
--	--	---

Quadro 16 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Entidades promotoras com recurso aos meios tradicionais)

	Dimensão	Indicadores
	Identificação com a arte virtual	<p>“Não sou facilmente influenciada pelas mensagens veiculadas pelas redes sociais”.</p> <p>“Não me identifico. Para quem estudou escultura, como foi o meu caso, é difícil reconhecer, apesar do recurso à tridimensionalidade das formas digitais, as virtudes naturais dos objetos apresentados nos formatos virtuais. A arte virtual pode ser uma expressão artística, mas não é a expressão artística. A meu ver, será sempre uma arte menor”.</p> <p>“Não, totalmente. Porque o virtual é sempre redutor”.</p>

A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica	Tipo de interação com a arte virtual	<p>“A nível profissional, sim. Através de imagens, fotos, vídeos, notícias de trabalhos e eventos futuros da associação e dos seus colaboradores”.</p> <p>“Basicamente, é uma interação centrada na divulgação (com a preocupação de revelar as fontes e dotando a informação de credibilidade). É uma interação que permite um olhar crítico e uma partilha de conteúdos por gosto cultural. Embora esteja inserida em vários grupos em fóruns virtuais da especialidade, a minha participação nesse tipo de debates/discussões é reduzida”.</p> <p>“Apenas como consumidor avulso. Somente como apreciador esporádico”.</p>
	Reconhecimento cultural/ideológico	<p>“Aquela população que nasceu e cresceu na era das novas tecnologias terá outra visão. Mas para mim, não creio que a arte digital possa alguma vez substituir as formas tradicional de produzir cultura, especialmente pela falta de contacto humano”.</p> <p>“Sim, reconheço. É mais uma forma de expressão de grande potencial comunicacional. Permite, uma divulgação mais massiva da informação. No entanto, não assegura, em alguns casos, uma melhor consciencialização”.</p> <p>“Há sempre uma função cultural. Depende, obviamente, do que motiva o criador, havendo sempre, inicialmente, uma sensibilização à temática”.</p>
	Confiança depositada e recebida	<p>“Dependendo do meu interesse pessoal pela notícia, imagem ou obra digital, procurarei averiguar, antes de tudo, se ela é fidedigna, a partir daí a relação de confiança é mais possível”.</p> <p>“Não, totalmente. Porque a credibilidade não é, em muitos casos, um dado adquirido. Também, porque não reconheço na arte virtual qualidade artística. Hoje em dia, pelo acesso fácil que a Internet possibilita, tudo é democratizado e, neste sentido, o valor artístico torna-se relativo. A confiança é transmitida pelas obras que tenham qualidade criativa. A Internet pode deturpar isso”.</p> <p>“Para já é um mero recurso. Esperemos que ganhe mais virtualidades”.</p>
	Sinceridade patente na interação	<p>“Penso que poderá haver sinceridade. Contudo, nem todas as informações são genuínas, especialmente se formos a ver o elevado número de perfis falsos existentes nas Redes Sociais”.</p>

		<p>“Em alguns casos, sim. Depende muito dos interesses que motivam a interação. Se esta interação servir como complemento para um conhecimento maior e não se reduzir em si mesma, a sinceridade está manifesta. No mundo virtual, há sempre uma cortina, uma barreira, que torna tudo mais dúbio”.</p> <p>“Penso que é necessário estar sempre atento aos processos, explícitos ou implícitos, da manipulação”.</p>
	Principais motivações identitárias	<p>“Tenho três contas diferentes de Facebook, para divulgação profissional, para além dos grupos secretos. Se a informação for fidedigna pode ser possibilitadora de uma maior tomada conhecimento do mundo e, desta forma, encontrar pares, no sentido de ampliar a redes de comunicação e encontrar compatibilidades ideológicas. No entanto, não creio que facilite o autoconhecimento, porque este é um processo sempre depende da experiência individual realizada ou obtida ao longo da existência humana, da vida”.</p> <p>“Esta interação potencia um maior contacto com o mundo e faculta uma imensa quantidade e diversidade de informação, apesar de virtual. Neste sentido, propicia o autoconhecimento através de novas revelações sobre o que há no mundo, o que de outra forma seria muito mais difícil de se obter”.</p> <p>“A interação virtual deverá ser entendida apenas como uma iniciação/provocação”.</p>

Quadro 17 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Entidades promotoras com recurso aos meios digitais)

	Dimensão	Indicadores
	Identificação com a arte virtual	<p>“Aceito”.</p> <p>“Sim, identificamo-nos. Trabalhamos, essencialmente, com artistas que recorrem aos processos digitais e, desta forma, é necessário haver uma identificação ideológica com as obras e os artistas com as quais trabalhamos”.</p> <p>“Não. Embora reconheça as potencialidades dos recursos digitais e recorra frequentemente a esses meios, gosto mais de por as ‘mãos na massa”’.</p>

A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica	Tipo de interação com a arte virtual	<p>“Escrevo a tese acadêmica sobre essa temática”.</p> <p>“Existe na nossa plataforma uma possibilidade de interação digital, através da partilha de imagens, essencialmente. Em breve, teremos um novo segmento de especialistas que terão a oportunidade de integrar nesse recurso as suas próprias apreciações/avaliações das obras, o que constitui, como informação adicional, uma maior possibilidade de elucidação para o utilizador e/ou potencial comprador”.</p> <p>“Essencialmente na promoção do museu, através de vídeos promocionais e de partilha de conteúdos de forma a dar a conhecer o património existente no espaço museológico”.</p>
	Reconhecimento cultural/ideológico	<p>“Sim. As redes sociais conseguem ser um veículo para promover ideologias”.</p> <p>“Sim, reconhecemos. A obra de arte produzida digitalmente terá o mesmo valor cultural/ideológico que outras qualquer obra de arte. O seu valor é intrínseco mais à mensagem que transporta do que à forma como é apresentada”.</p> <p>“Sim, porque o digital é o reflexo da sociedade atual. A arte digital é, por vezes, mais tradicional do que a arte tradicional, pois esclarece e leva a que o artista descubra e exercite, com outras ferramentas, processos de criação muito associados à produção tradicional. O uso de certas técnicas digitais promovem, em alguns casos, um melhor entendimento do que é próprio do processo natural e físico de criar”.</p>
	Confiança depositada e recebida	<p>“Nem sempre. Nem tudo o que existe nas redes sociais existem exatamente como parece”.</p> <p>“Sim, claro. Contudo, esta confiança depende da integridade de cada elemento com quem trabalhamos, direta ou indiretamente. No entanto, há que ressaltar que é necessária uma capacidade de abstração do próprio utilizador quando visualiza uma obra de arte. Por vezes, o cenário digital envolvente interfere na fruição da obra de arte, levando à perda de confiança”.</p> <p>“É um dos reflexos da sociedade atual e como tal tem de ser forçosamente tida em consideração”.</p>
	Sinceridade patente na interação	<p>“Não sei. As redes sociais servem também para inventar realidades e fantasias que não têm como base a sinceridade”.</p>

		<p>“Existe alguma sinceridade, como em qualquer espaço físico de exposições de arte. No entanto, através dos nossos clientes/utilizadores, apercebemo-nos, pelos inúmeros comentários que nos deixam, que há uma sinceridade na interação”.</p> <p>“Claro que sim. Mas fica sempre dependente da sinceridade e da honestidade, bem como do património cultural, de cada um”.</p>
	Principais motivações identitárias	<p>“Ajuda o autoconhecimento, mesmo sendo um ambiente não-físico”.</p> <p>“Obviamente que a Shair, ao trabalhar essencialmente com recursos tecnológicos, fomenta através da interação virtual a sua própria identidade, que pretende ser polivalente e multidisciplinar. O meio virtual potencia uma comunicação mais ampla e mais diversa, o que permite uma constante (re) definição da imagem de marca que queremos assegurar como fator identitário”.</p> <p>“Motiva-me, essencialmente, a partilha e a promoção daquilo que produzo e realizo. O processo criativo é, na sua essência, um processo de autoconhecimento, independentemente da forma, das técnicas ou ferramentas escolhidas. O que está, sobretudo, em causa, é o conteúdo que se transmite, a sua mensagem. As técnicas, assim como as ideias de criação, vão seguindo o próprio desenvolvimento da criação da obra. Pela forma tradicional ou pela forma virtual, a criação vai-se adaptando às potencialidades e possibilidades existentes”.</p>

Quadro 18 - Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Apreciadores/críticos de arte tradicional)

	Dimensão	Indicadores
	Identificação com a arte virtual	<p>“Há diferentes formas de arte. Arte não tem de ser necessariamente material. Estamos num mundo em evolução e a arte, sobretudo de vanguarda, traz para primeiro plano as interrogações e novas formas ligadas a novos contextos sociais. Pessoalmente, prefiro ainda formas de arte materiais, mas é só uma preferência. A arte não tem limites”.</p>

A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica		<p>“Nem um caso, nem outro, reconheço as potencialidades e limitações da arte virtual, e tento maximizar a minha atenção e análise para as virtualidades da mesma”.</p> <p>“Sim, embora não seja a minha primeira escolha”.</p>
	Tipo de interação com a arte virtual	<p>“Algo marginal, mas procura estar atenta aos desenvolvimentos”.</p> <p>“Efetuamos quase todos diariamente, através dos telemóveis, da televisão, do vídeo, no meu caso numa vertente lúdica e cultural”.</p> <p>“Troca de fotografias, vídeos e outros trabalhos gráficos”.</p>
	Reconhecimento cultural/ideológico	<p>“Sim, apesar de ser ainda difícil delimitar os campos e os impactos”.</p> <p>“Sim, reconheço, são intrínsecas à dimensão humana, pois em último caso são produzidas, manipuladas e difundidas por seres humanos”.</p> <p>“Sim, pela acessibilidade”.</p>
	Confiança depositada e recebida	<p>“Confiança e desconfiança como a qualquer outro tipo de arte, sobretudo quando está ainda em evolução. Mas não creio que “confiança” seja uma palavra que se possa de facto aplicar neste campo. Afinal já Oscar Wilde dizia que a vida imita a arte. Por isso, se pensarmos de outra perspetiva, será que não seria então melhor perguntarmo-nos se a arte virtual terá confiança em nós?!”</p> <p>“Sim, no sentido em que, como pessoas esclarecidas e críticas das realidades e experiências que são vivenciadas diariamente, temos na maior parte dos casos, esse sentido crítico e analítico de diferenciar os aspetos mais relevantes e importantes, dos que são menos”.</p> <p>“Sim, desde que sejam cumpridas todas as regras”.</p>
	Sinceridade patente na interação	<p>“Depende do que se entender por sinceridade. Se nos focarmos na interação, então quão sincera é uma interação não virtual? Lembremo-nos dos dadaístas e surrealistas, por exemplo. Ainda assim, há dois fenómenos interessantes porque opostos em termos de sinceridade da interação virtual:</p> <p>1) No mundo virtual, identidades podem ser recreadas, falseadas, reinventadas, esculpidas, inventadas</p> <p>2) O mundo tornou-se muito pequeno – o capital reputacional é cada vez maior e torna-se difícil “escamotear” identidades (e nem</p>

		<p>mencionando questões relacionadas com “big data””.</p> <p>“É uma sinceridade consentida, na medida em que existe sempre um jogo de aceitação e abertura das pessoas para novas realidades e para o acesso a elas em diversas vertentes e suportes de comunicação e interação, que à partida enriquecem o conhecimento humano e pessoal”.</p> <p>“Nem sempre”.</p>
	Principais motivações identitárias	<p>“Poderão ser reconhecimento, timidez, medo (de falhar, de ser julgado e apontado). Poderão, noutra perspetiva, ser ainda facilidade (de meios, de recursos, de aprendizagem – quase numa perspetiva democrática), rapidez, hábito.”</p> <p>“Serem um reflexo de alguns desejos e inspirações nossas, de nos patentear e descobrir elementos que nos são intrínsecos e que não tínhamos efetiva perceção, ou de nos identificarmos melhor com um movimento ou corrente social ou cultural”.</p> <p>“O receio que neste ambiente virtual, onde a arte pode ser facilmente divulgada e transformada, possa, por outro lado, ser destruída ou desvirtualizada”</p>

Quadro 19 – Modelo de Análise: A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica (Apreciadores/críticos de arte digital)

	Dimensão	Indicadores
	Identificação com a arte virtual	<p>“Um pouco ainda. Sou de uma era anterior às tecnologias de reprodução, aos audiovisuais...Mas gosto de aprender e experimentar as novas tecnologias”.</p> <p>“Sim, talvez por ser aquela que me é mais próxima”.</p> <p>“Apesar de me identificar muito mais com a arte real, a banalização da arte e o aperfeiçoamento tecnológico conduz-me a uma adaptação natural à virtualização da arte, à qual reconheço enormes vantagens e comodidades”.</p>
	Tipo de interação com a arte virtual	<p>“Adoro trabalhar imagens com programas específicos, adoro trabalhar fotografias e fazer vídeos. Encantam-me trabalhos de publicidade e filmes”.</p> <p>“É mais no sentido da procura, alguma interação emocional, embora continue a achar</p>

A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica		<p>que não seja plena. Acaba por ser também uma interação social”.</p> <p>“Basicamente, sou uma “consumidora” passiva da arte virtual”.</p>
	Reconhecimento cultural/ideológico	<p>“Sim. Reconheço mas também me assusto com o que ainda está por vir...Estamos cada vez mais a perder a realidade. Se por um lado o ato da criação se ampliou, por outro lado a produção desenfreada deixou a arte em maus lençóis..., ou seja, a quantidade supera a qualidade”.</p> <p>“Sim, num tempo em que se caminha cada vez mais para o virtual e o tecnológico, a arte, ou qualquer outro sector, não pode ficar alheio a isso. Tem que se adaptar”.</p> <p>“Sem dúvida que reconheço a magnitude e o valor cultural intrínseco da arte virtual”.</p>
	Confiança depositada e recebida	<p>“Com reservas. Muito medo de tudo se tornar virtual e de já não sabermos onde começa a arte real, o mundo real”.</p> <p>“Não total, devido à tal deturpação que se pode fazer. É muito mais fácil ir buscar e utilizar aquilo que é de outro autor, podendo transformar um pouco o significado original. Se a fonte for confiável, aí o nível de confiança é maior”.</p> <p>“Sim, confio na arte virtual, mas não em detrimento da arte real. Encaro-a mais como um suplemento e uma alternativa à arte real”.</p>
	Sinceridade patente na interação	<p>“Nem tanto. Não consigo deixar de pensar em farsas. A virtualidade acarreta um grande pendor farsante. Assusta-me estar sentada numa mesa e ver um cantor que morreu sentado ao meu lado como se estivesse vivo...a cantar para mim”.</p> <p>“Falando de arte e, mais uma vez, se a fonte for fidedigna, sim”.</p> <p>“Admito que haja sinceridade, mas como qualquer produto submetido à universalização e à abertura ao exterior, sofre inevitavelmente processos de mudanças, incorporações, transformações, etc., que subvertem o produto original”.</p>
	Principais motivações identitárias	<p>“A facilidade com que se passeia pelo mundo sem sair de casa, ou seja, a globalização, os imensos recursos que temos para comunicar uns com os outros em tempo real, o podermos ser o que se calhar nem somos... (exposição no Facebook), a partilha e solidariedade, entre muitas outras coisas. Não esqueçamos que já se</p>

		<p>prepararam revoluções/guerras/manifestações, através de redes sociais....Incrível”.</p> <p>“Informação, conhecimento, acesso a outras culturas”.</p> <p>“Com a virtualização da arte, passamos de identidades locais para identidades globais. O facto de a arte se tornar um produto global pode não desvirtuar a sua essência, mas tem forçosamente implicações na sua representação identitária”.</p>
--	--	---

6.3.1 - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica – Análise de conteúdo

O fenómeno da duplicidade (conceito largamente abordado na literatura, no cinema, na pintura, no teatro), na perspetiva das novas tecnologias e em relação com o ato criativo, adquire novos contornos e maiores perímetros na (des) construção da personalidade e consciência social do indivíduo pós-moderno.

A duplicidade é, sobretudo, uma mudança da essência do universo interno e íntimo, mais do que a sua transformação corpórea. É, portanto, uma alteração de consciência. E, acima de tudo, uma procura de identidade. Partindo do pressuposto que toda a representação imagética que o ser humano produz de si mesmo é um desdobramento, procurámos compreender como a utilização e veiculação da arte nos recursos tecnológicos, nomeadamente nas redes sociais, aceleram e intensificam essa transformação. Neste sentido, sondámos até que ponto os usuários pertinentes se identificam com a virtualização da arte, bem como interagem e com que motivações o fazem.

Deste modo, admitimos seis questões a ser perscrutadas pelos diferentes entrevistados. Relativamente à primeira questão, a identificação ideológica com a arte virtual, as opiniões revelaram-se um pouco oscilantes entre o “não” E2 (Artista com recurso aos meios tradicionais); o “nem sempre (apenas com alguns tipos de obras artísticas, nomeadamente aquelas que foram feitas para usufruto ou experiência digital e/ou virtual)” E4 (Artista com recurso aos meios digitais); o “identifico-me, naturalmente, mas, por outro lado, coloco-me sempre na posição que, por analogia, corresponde ao que conheço da realidade física” E6 (Artista com recurso aos meios digitais); o “aceito” E10 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais); ou o “sim, identificamo-nos. Trabalhamos, essencialmente, com artistas que recorrem aos processos digitais e, desta

forma, é necessário haver uma identificação ideológica com as obras e os artistas com as quais trabalhamos” E11 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais). Outras opiniões argumentam o facto de haver “diferentes formas de arte. Arte não tem de ser necessariamente material. Estamos num mundo em evolução e a arte, sobretudo de vanguarda, traz para primeiro plano as interrogações e novas formas ligadas a novos contextos sociais. Pessoalmente, prefiro ainda formas de arte materiais, mas é só uma preferência. A arte não tem limites”, como é o caso do E13 (Apreciador/crítico de arte tradicional), ou então como a opinião do E18 (Apreciador/crítico de arte digital) quando afirma que “apesar de me identificar muito mais com a arte real, a banalização da arte e o aperfeiçoamento tecnológico conduz-me a uma adaptação natural à virtualização da arte, à qual reconheço enormes vantagens e comodidades”.

Quanto à segunda questão, o tipo de interação efetuada com a arte virtual, podemos verificar que as respostas gravitam em torno do mero consumo ou divulgação, especialmente para os grupos que trabalham e divulgam maioritariamente com os meios tradicionais. Esta interação nas redes sociais baseia-se, sobretudo, na troca de mensagem e apreciações sobre assuntos vários em fóruns públicos e/ou privados, por exemplo o que afirma o E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais): “com o Facebook a minha interação efetua-se de duas formas: em grupos público e em grupos privados, com os quais a intensidade da minha interação varia entre a simples divulgação e a crítica construtiva”, ou como responde o E4 (Artista com recurso aos meios digitais): “efémera; recensões críticas (artigos de opinião em blogue pessoal); partilha de imagens nas redes sociais”. Outros afirmam que “a nível profissional, sim. Através de imagens, fotos, vídeos, notícias de trabalhos e eventos futuros da associação e dos seus colaboradores”, como é o caso do E7 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais). Para os que utilizam os recursos tecnológicos na sua profissão, como é o caso do E11 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais), a interação é mais frequente e mais intensa, uma vez, como afirma, “existe na nossa plataforma uma possibilidade de interação digital, através da partilha de imagens, essencialmente. Em breve, teremos um novo segmento de especialistas que terão a oportunidade de integrar nesse recurso as suas próprias apreciações/avaliações das obras, o que constitui, como informação adicional, uma maior possibilidade de elucidação para o utilizador e/ou potencial comprador”. Já o E14 (Apreciador/crítico de arte tradicional) desmistifica a questão ao dizer que “efetuamos quase todos diariamente, através dos telemóveis, da televisão, do vídeo, no meu caso numa vertente lúdica e cultural”.

Na terceira questão, relativamente ao reconhecimento da amplitude e do valor cultural/ideológico da arte virtual, as argumentações variaram entre o “sim, pelo alcance/acessibilidade global” E2 (Artista com recurso aos meios tradicionais); o “cada vez mais. Não deveria ser assim, porque a música ao vivo tem muito mais força do que em suporte digital, mas com o digital consegue-se ter mais abrangência em termos de público. Neste sentido, o virtual não substitui a realidade, mas pode servir de complemento. De salientar que algumas criações não são tão mediáticas apenas porque não têm como objetivo a sua comercialização” E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais) e o “para mim, não creio que a arte digital possa alguma vez substituir as formas tradicionais de produzir cultura, especialmente pela falta de contacto humano” E7 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais). Já o E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais) entende que “sim, reconheço. É mais uma forma de expressão de grande potencial comunicacional. Permite, uma divulgação mais massiva da informação. No entanto, não assegura, em alguns casos, uma melhor consciencialização”. Contudo, parece inequívoco, tal como afirma o E10 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) que “as redes sociais conseguem ser um veículo para promover ideologias”. Para o E11 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) “a obra de arte produzida digitalmente terá o mesmo valor cultural/ideológico que outras qualquer obra de arte. O seu valor é intrínseco mais à mensagem que transporta do que à forma como é apresentada”. Em todo o caso, é unanime a opinião de que “o digital é o reflexo da sociedade atual”, como argumenta o E12 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) e que, como também diz, “a arte digital é, por vezes, mais tradicional do que a arte tradicional, pois esclarece e leva a que o artista descubra e exercite, com outras ferramentas, processos de criação muito associados à produção tradicional. O uso de certas técnicas digitais promovem, em alguns casos, um melhor entendimento do que é próprio do processo natural e físico de criar”. De forma muito conclusiva, afirma o E14 (Apreciador/crítico de arte tradicional) ao dizer que “sim, reconheço, são intrínsecas à dimensão humana, pois em último caso são produzidas, manipuladas e difundidas por seres humanos”.

Quanto à quarta questão, a atribuição de confiança à arte virtual, recolhemos as seguintes opiniões: “fico mais atento ao discurso, à forma, à comunicação sensível da expressão artística. Se é digital e bem executada, deposito minha confiança” E1 (Artista com recurso aos meios tradicionais); “deposito e atribuo confiança, porque é uma excelente forma de divulgar a arte, mas enquanto complemento ou estimulante para que

posteriormente se apreciar presencialmente” E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais); “ter confiança em qualquer coisa que circule na rede é problemático, devido à natureza aberta desse meio. Procuro absorver o que é bom e descartar o que não me parece como tal” E5 (Artista com recurso aos meios digitais); “não, totalmente. Porque a credibilidade não é, em muitos casos, um dado adquirido. Também, porque não reconheço na arte virtual qualidade artística. Hoje em dia, pelo acesso fácil que a Internet possibilita, tudo é democratizado e, neste sentido, o valor artístico torna-se relativo. A confiança é transmitida pelas obras que tenham qualidade criativa. A Internet pode deturpar isso” E8 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais); “não total, devido à tal deturpação que se pode fazer” E17 (Apreciador/crítico de arte digital); “sim, confio na arte virtual, mas não em detrimento da arte real. Encaro-a mais como um suplemento e uma alternativa à arte real” E18 (Apreciador/crítico de arte digital).

Nesta lógica, para a quinta questão, a sinceridade patente na interação virtual, as opiniões variam entre o facto de “a sinceridade não depende do meio” E1 (Artista com recurso aos meios tradicionais) e o facto de “nos meios virtuais existem vários interesses, nomeadamente económicos. Daí que a sinceridade esteja sempre comprometida e dependente desse fator. Embora, em alguns casos de interação virtual, a sinceridade (quer de quem divulga, quer de quem recebe), exista de forma evidente” E1 (Artista com recurso aos meios tradicionais). Já para o E4 (Artista com recurso aos meios digitais), “não. Considero que na maior parte das vezes as opiniões são baseadas em impulsos infundados. Raramente são desenvolvidas sem qualquer preocupação em fundamentar ou para dizer porque se gosta. Gosta-se porque sim, porque é ‘bonito’, prazeroso (sem saber se ‘dá prazer’ ou porque é que o é)”. Por outro lado, como afirma o E6 (Artista com recurso aos meios digitais) “há sinceridade quando a partilha é baseada numa preocupação de conhecimento, não só a nível estético, mas também porque permite o autoconhecimento. Quase sempre, quem partilha não rouba”. Na opinião do E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), “é necessário estar sempre atento aos processos, explícitos ou implícitos, da manipulação”. Desde modo, podemos verificar que a sinceridade poderá existir, apesar de haver uma infinidade de perfis falsos nas redes sociais, isto porque, tal como afirma o E12 (Entidade promotora com recurso aos meios digitais) “fica sempre dependente da sinceridade e da honestidade, bem como do património cultural, de cada um”. Porém, é “uma sinceridade consentida, na medida em que existe sempre um jogo de aceitação e abertura das pessoas para novas realidades e para o acesso a elas em diversas vertentes e

suportes de comunicação e interação, que à partida enriquecem o conhecimento humano e pessoal” E14 (Apreciador/crítico de arte tradicional), dado que “como qualquer produto submetido à universalização e à abertura ao exterior, sofre inevitavelmente processos de mudanças, incorporações, transformações, etc., que subvertem o produto original” E18 (Apreciador/crítico de arte tradicional).

Na última questão, relativa às motivações identitárias na interação virtual, os entrevistados apontam para a possibilidade de “as construções dos ‘Eus’ passam a ser cada vez mais coletivas e os espaços para grandes reflexões têm diminuído” E1 (Artista com recurso aos meios tradicionais); para a potencialidade da divulgação do património cultural de cada um, para o facto de “toda a interação virtual, ao processar-se de forma imediata e democratizada, possibilita um exercício pessoal de conhecimento do mundo, em sua larga extensão, e um exercício de autoconhecimento. Ou seja, a interação virtual funciona como um reflexo social daquilo que a sociedade propõe ideologicamente, dentro do qual podemos intervir” E3 (Artista com recurso aos meios tradicionais), na virtude de que “a partilha de conhecimento é muito mais vasto e, algumas vezes, mais profundo, dado que o diálogo resultante despoleta uma visão mais pessoal da realidade. Neste sentido, havendo uma maior possibilidade de comunicação, apesar de virtual, há também uma maior interação, quer com o outro, quer connosco. E isto é, essencialmente, um processo dinâmico de autoconhecimento” E6 (Artista com recurso aos meios digitais). Na opinião do E9 (Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais), “a interação virtual deverá ser entendida apenas como uma iniciação/provocação”. Todavia, por motivos comerciais ou por razões de enriquecimento cultural, a partilha de conhecimento efetua-se por ser “um reflexo de alguns desejos e inspirações nossas, de nos patentear e descobrir elementos que nos são intrínsecos e que não tínhamos efetiva perceção, ou de nos identificarmos melhor com um movimento ou corrente social ou cultural” E14 (Apreciador/crítico de arte tradicional) e, neste sentido, tal como afirma o E18 (Apreciador/crítico de arte digital) “com a virtualização da arte, passamos de identidades locais para identidades globais. O facto de a arte se tornar um produto global pode não desvirtuar a sua essência, mas tem forçosamente implicações na sua representação identitária”.

CAPÍTULO 7 – NOVO AMANHECER OU CONCLUSÃO

A arte está para o homem como o homem está para a natureza.

Richard Wagner, *in A Obra de Arte do Futuro*

Após toda a investigação e análise efetuadas do tema que nos tem ocupado, a *Virtualização da Arte pelas Redes Sociais*, afigura-se possível retirarmos as devidas ilações que nos permitam entender melhor esse fenómeno à luz dos dois conceitos que concebemos para exegese simbólica: *Transfiguração Imagética* e *Duplicidade Ideológica*.

7.1 - Primeiro Vislumbre – Novo Amanhecer

Por duas razões fulcrais, as ilações que possamos considerar servem, sobretudo, de contributos para aceções que se desenvolvam como sucedâneas, dado o seu carácter simbólico e devido ao objeto em estudo (as novas tecnologias como instrumento de comunicação cultural e artística) ser um fenómeno ainda em evolução e transformação nas sociedades pós-modernas existentes, relativamente, por todo o mundo. Em todo o caso, é evidente que as novas tecnologias de comunicação, como são por excelência as redes sociais possibilitadas pela Internet, tornaram-se no sistema de comunicação mais expansivo, pelo seu desígnio democrático – e, por isso, mais nevrálgico e intrincado. A facilidade de acesso e a velocidade de funcionamento, a diversidade de opções de conteúdo e as associações ilimitadas que permitem, fazem das redes sociais um instrumento de partilha de informação que, numa coletiva operância, multiplica infinitamente os poderes da linguagem humana em novas ordens de interpretação e em novos campos semânticos de significação, mais do que qualquer outro instrumento de comunicação na história. Mas esta nova poderosa forma de comunicar propõe somente a revelação do belo e da verdade, tal como o advento da transfiguração bíblica elucidada? Pierre Lévy (2015), numa entrevista concedida ao jornal brasileiro Correio do Povo, clarifica esta questão da seguinte maneira:

“Graças à linguagem existem a arte, a cultura, a religião, os valores e a complexidade das instituições económicas, sociais e políticas. Mas falar de linguagem significa também falar em mentira e manipulação. Falar em valores significa falar em bem e mal, belo e feio. É absurdo imaginar que um instrumento que aumenta os poderes da linguagem em geral pudesse favorecer somente a verdade, o bem e o belo. É preciso sempre perguntar: verdadeiro para quem? Belo para quem?”

Bem para quem? O verdadeiro vem do diálogo aberto aos diversos pontos de vista. Direi até mais do que isso: se tentássemos transformar a Internet numa máquina de produzir somente a verdade, o belo e o bem, só chegaríamos a um projeto totalitário, de resto, sempre fadado ao fracasso.”

Desta forma – e considerando o que Walter Benjamin alvitra: “com os diversos métodos de reprodução técnica da obra de arte, a sua possibilidade de exposição aumentou de forma tão poderosa que o desvio quantitativo entre ambos os pólos, tal como originalmente existiam, se traduz numa alteração qualitativa da sua natureza” (2012: 72) –, a comunicação de que a Internet se serve para veicular a arte é semelhante e tão suscetível de manipulação como qualquer outra forma de comunicação mais tradicional, porque está, essencialmente, em causa o uso da mesma capacidade humana: a expressão efetiva do pensamento. E é, sobretudo, nesta capacidade onde se inicia a virtualização. Se atendermos a ideia expressa por Ernst Fisher no seu livro “A necessidade da arte”, nomeadamente quando afirma que “a função da arte não é a de passar por portas abertas, mas a de abrir portas fechadas” (1973: 254), parece-nos compreensível que todo um processo de epifania se manifeste de forma inevitável, enquanto imprevista sensação de entendimento da essência de algo mais profundo, subitamente em aparição no espaço retiniano. Neste sentido, evocamos a questão da duplicidade, enquanto fator modelador dessa experiência, uma vez que, como afirma Francastel, não se pode ignorar que “os olhos recebem os raios portadores da visão das coisas; mas as pessoas perguntavam se eram os corpúsculos emanados dos objectos que iam atingir a retina, ou se era a força do olhar que, partindo dos olhos, iluminava e revelava as coisas” (1998: 98). É, portanto, a conexão do imaginário pessoal ao mundo virtual veiculado pela Internet que a virtualização da imagem mais apela à utopia de um património cultural comum. A Internet condensa, na constante interação entre o localizável e o imaterial, a memória coletiva da humanidade. Neste âmbito, urge desenvolver e aplicar medidas para uma “digital literacy”, de acordo com Pierre Lévy, por fim a que, preferencialmente, os usuários dotados de uma ética e moral elevadas deem uso às tecnologias mais prometedoras. Especialmente num tempo em que os direitos autorais estão nitidamente em crise e múltiplas tentativas de manipulação sem escrúpulos (especialmente de cariz económico, político e cultural) se verificam nas mais variadas conjunturas de interesses, e uma vez que “o produto comercial torna-se um meio de se adquirir estatuto social ou cultural e de ser o tipo de pessoas que gostaríamos de ser. Somos «reconstituídos» pela

publicidade, mas acabamos com um imaginário (e por isso falso) de nós próprios e das nossas relações com as condições reais da nossa vida” (McQuail: 2003: 312).

A Internet dilatou exponencialmente a perceção do mundo, como também permitiu a observação do detalhe mais ínfimo. Como um telescópio ou microscópio, a Internet veio a complementar a observação humana de um modo incrivelmente inesperado, especialmente pela vastidão de informação disponível. Por este motivo, em concordância com Wolton, “quanto mais há comunicação, troca, interação e portanto mobilidade, mais há, simultaneamente, uma necessidade de identidade” (2004: 22).

Neste seguimento, e de acordo com as entrevistas realizadas, podemos constatar o uso frequente das redes sociais horizontais, que, por um lado, baseiam-se na conexão e interação entre usuários, sem área de interesse ou finalidade pré-concebida (como exemplos: o Facebook, o Twitter, o Google +); das redes sociais verticais, por outro lado, dirigidas para um público mais específico e que tenham em comum temas e interesses concretos, de que podemos considerar as seguintes subclassificações: Profissionais (para fins de comunicação, promoção e interação profissional, de que destacamos o LinkedIn) e de Lazer (de natureza mais lúdica, surge como ferramenta de entretenimento e de ócio. Alguns exemplos deste tipo de rede social são: Youtube, Flickr, Instagram). São, também, bastante utilizadas as redes sociais mistas, que oferecem, a todos aqueles que desenvolvem atividades profissionais ou simplesmente àqueles que são movidos por interesses do foro pessoal, um conjunto diverso de cenários ou interfaces como opções e finalidades gráficas e/ou de sociabilização.

Neste cenário, facilmente se verifica a predominância da comunicação em rede, movida pelas novas tecnologias. Esta faz parte integrante do quotidiano das pessoas e, em larga escala, manifesta-se como um reflexo intrínseco ao desenvolvimento das suas relações sociais. Os objetivos mais variados fomentam esse exercício, desde o desejo da aquisição de novos conhecimentos até aos propósitos de promoções culturais e ideológicos. Servem, também, estes novos expedientes tecnológicos, no incitamento de consciencializações humanísticas, tal como argumenta o E8, ou como veículo tendo em vista os fins comerciais, como aponta o E11. Em todo o caso, é de concordância de todos que é pela inovação, pela criatividade, pela qualidade estética, pela originalidade, pelo rigor e pertinência dos conteúdos disponibilizados que a pesquisa toma proporções mais aprofundadas.

A facilidade e a comodidade de acesso, bem como a velocidade e abrangência com que se propaga, fazem das redes sociais virtuais um meio apetecível de sociabilização,

apenas enfraquecido pela falta de contacto humana que lhe é característica, assim como pela dificuldade em identificar embustes ou manipulações de vária ordem, como no caso específico da arte. É de salientar também, e tomando a opinião do E9, que é compartilhada pelos demais entrevistados, “ainda há muitas omissões quanto à aproximação à verdadeira obra de arte (à sua realidade), pelas limitações de cor, de escala, dos valores matéricos, bem como das próprias técnicas utilizadas pelo artista”.

A partir desta última argumentação acerca das limitações da arte veiculada pelas redes sociais, podemos retirar algumas ilações sobre a questão da transfiguração imagética que serviu até ao momento de referência simbólica. A transfiguração remete-nos para a revelação e para a verdade, ainda que admitida toda uma transformação a partir das formas que compõem essa transição. O que muda é, fundamentalmente, o corpo que transporta a mensagem, não a mensagem em si. Neste sentido, a Internet não adultera essa possibilidade, muito pelo contrário, estimula-a. “A mensagem ao apelar de forma mais intensa aos sentidos melhor é compreendida”, como refere o E7. Como “toda a imagem é sempre um elemento indutor para algo mais”, como argumenta o E9, o vislumbre da realidade virtual impele sempre para novas procuras, seja ainda dentro desse cenário virtual ou já no mundo das ideias ou realidade física de cada um. Deste modo, a transfiguração é um fenómeno que tem sempre continuidade para além da cortina translúcida do intocável. É, sobretudo, um processo mental que despoletou porque se tomou consciência da deslocação da matéria para a virtualidade da sua essência. Também, neste momento, a questão da duplicidade ideológica adquire a sua inflexão. É de acordo com a variação e proporção desta tomada de consciência que a duplicidade ganha a sua dimensão.

Questões como a dificuldade em identificar a originalidade da imagem, acrescida pela relativa falta de integridade e plenitude na comunicação proporcionada, levam a que, no caso da transfiguração, a própria mensagem projete o seu recetor para um lugar desconhecido onde só o seu *duplo* o consiga resgatar. Neste labirinto estético de emoções, desencadeia-se, a partir de ecos imagéticos e trasfegas ideológicas, todo o processo de autoconhecimento. Sabendo, especialmente, que “a cultura, que foi sempre um meio para interpretar o mundo, está hoje envolvida na dinâmica da comunicação, sem porém se identificar com ela. Por outras palavras, se a cultura e a comunicação estão numa lógica mais dinâmica do que há cinquenta anos, os ritmos continuam a ser diferentes, assim como a hierarquia dos valores” (Wolton, 2004: 51).

A compreensão de algo torna necessário compreender-se, também, aquilo que lhe antecede e sucede. O reconhecimento de uma mensagem pressupõe um conhecimento prévio e propõe um conhecimento subsecutivo em sequência lógica. A credibilidade das fontes, sendo um fator imprescindível para uma experiência mais verdadeira, é condição legitimadora para a integridade na interação virtual. No entanto, “a integridade e a plenitude não se esgota na pessoa que publica, mas depende também dos interesses da pessoa que recebe”, como refere o E3. À semelhança dos processos naturais de interação humana, também a tecnologia apela à emoção. Se, por um lado, “a emoção é uma consequência íntima que resulta de um processo mental independente do ambiente (real/virtual) que despoletou essa emoção”, como afirma o E6, não podemos descurar que as tecnologias “favorecem uma reação emocional pela capacidade sensorial que permitem e pela evocação/sugestão que incitam”, no entender do E9. Nesta perspetiva, a existência de museus, galerias e ambientes virtuais, como o DAM ou o Second Life, anteriormente referidos, e, em extensão de exemplo, as redes sociais, desencadeiam processos de atração de indubitável relevância no desenvolvimento psicossocial. Embora, segundo a maioria dos entrevistados, o recurso às novas tecnologias deva servir apenas de complemento de conhecimento, uma vez que “a carga simbólica existente no mundo virtual não corresponde na íntegra ao que existe na realidade física”, conforme argumenta o E6, mas pode, muitas vezes de forma ilusória, “evocar sentimentos e paixões”, de acordo com o E13, da mesma maneira que não se conseguem garantir, a partir das tecnologias, a unicidade e a plena conservação das existências virtuais.

Quanto mais desconhecido for o mundo para o indivíduo mais tende a duplicar-se. A duplicidade, sendo uma mudança da essência do universo interno e íntimo, mais do que a sua transformação corpórea, apresenta-se como um desdobramento do sujeito face aos múltiplos cenários que enfrenta. Questões como a identificação ideológica com a arte virtual e tipos de interação efetuadas com esta, mostram, pelas respostas recolhidas, o quão delicada e complexa é a relação do indivíduo com o mundo virtual. Se uns preferem a experiência física ao contacto virtual, outros reconhecem a amplitude e o valor cultural desta última prática, como entende o E11 ao afirmar que “a obra de arte produzida digitalmente terá o mesmo valor cultural/ideológico que qualquer obra de arte. O seu valor é intrínseco mais à mensagem que transporta do que à forma como é apresentada”. Mas pela questão da confiança depositada na arte virtual, verificámos que este sentimento é um fator importante para que a influência cultural desse recurso

exerça sobre o indivíduo fulcral efeito, pois “não há coabitação cultural sem confiança” (Wolton, 2004: 82). As respostas recolhidas comprovam isso mesmo: a importância de uma relação transparente, sincera e, com base nessas condições, enriquecedoras, uma vez que, de acordo com o que argumenta a E18, “com a virtualização da arte, passamos de identidades locais para identidades globais. O facto de a arte se tornar um produto global pode não desvirtualizar a sua essência, mas tem forçosamente implicações na sua representação identitária”.

Assim, a virtualização da arte pelas redes sociais é um processo de trasfega patrimonial e cultural, fundamentalmente operado por processos cognoscíveis pertencentes e/ou derivados do mundo das linguagens, neste caso, assegurados pelo domínio técnico. Esta virtualização implica, na substituição da matéria pela sua representação imagética (por essa razão, virtual), sempre uma transfiguração e, mediante a experiência íntima resultante e sua intensidade, uma duplicidade decorrente e relativa, quer da mensagem exposta, quer de quem a recebe, mediante a proporcional consciência das percepções que em si amanhecem como reais.

7.2 - Segundo Vislumbre – Conclusão

Consumamos, assim, esta investigação respondendo à pergunta de partida: A virtualização da arte pelas redes sociais é fator de deformação ou potencialização da própria arte e da identidade do indivíduo? Podemos verificar que a virtualização da arte pelas redes sociais não adquire a sua dimensão virtual pelo uso particular das novas tecnologias, substituindo a forma palpável pelo espectro da sua representação, mas é um fenómeno muito anterior a esse recurso técnico. Compartilhando a teoria de Pierre Lévy (2001), explanada na publicação *O que é o virtual?*, a virtualização começa no pensamento elaborado pelo homem e termina no seu próprio pensamento, no sentido de compreender a realidade. Esta forma de representação cognitiva, dependente da sua natureza abstrata, assume-se, como linguagem e recurso de comunicação, uma figuração virtual, dado que resulta, essencialmente, do conjunto de significações que a mente humana é capaz de gerar, estas também virtuais, porque simbólicas e multisignificantes. Assim, o virtual manifesta-se, primeiramente, na dinâmica da mente, nos processos específicos de criação e de interpretação. Os recursos tecnológicos contribuem, essencialmente, para redefinir, numa múltipla interatividade de informação semântica,

esse entendimento e reconhecimento, sobretudo, com o seu poder de manipular, automaticamente, os signos e fluxos interpretativos da linguagem.

Com esta ideia, a concepção do conceito de cibercultura ganha nova dimensão, na medida em que o principal agente de transformação, por via da virtualização arte, tanto é a própria arte como o seu consumidor. O apetrecho eletrônico que surgiu entre os dois apenas potencia essa transformação continuada ao nível estonteante da velocidade da luz. O virtual sempre existiu tão real como a realidade que o criou. E é, em parte, neste espaço imaterial que o homem efetua o seu autoconhecimento e a sua passagem pelo mundo, tal como os momentos do dia.

Acrescentamos, ainda, o que Richard Wagner alude no seu livro *A obra de arte do futuro*, ao afirmar que “a obra de arte do futuro é colectiva, e só pode decorrer de um desejo colectivo” (2003: 196). Por fim, consideramos importante salientar que a revelação da verdade, no sentido que o conceito transfiguração expõe; e a falsidade, no sentido que o conceito da duplicidade refere, são dois processos que sempre acompanharam a criação da arte, desde os primórdios dos tempos, mas que por serem fenómenos de natureza humana, nada mais flagrante que o seu oposto para os evidenciar: a máquina.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO**, Theodor W. (1993). *Teoria Estética*. Lisboa: Edições 70.
- ADORNO**, Theodor; **HORKHEIMER**, Max (1985). *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- ADORNO**, T. W. (1965), *Metaphysics: Concept and Problems*. Ed. R. Tiedemann, trans. E. Jephcott, Stanford: Stanford University Press.
- ANDRADE**, Eugénio (1987). *Vertentes do Olhar*. 2ª ed. Porto: Limiar.
- ANDRESEN**, Sophia de Mello Breyner (2004). *O nome das coisas*. Lisboa: Editorial Caminho.
- ARGAN**, Giulio Carlo (1988). *Arte e Crítica de Arte*. Lisboa: Editorial Estampa.
- ASSIS**, Machado (1962). “O Espelho – Esboço de uma nova teoria da alma humana”. In. *Machado de Assis - obras completas* vol. II. Rio de Janeiro: Editora José Aguillar Lda.
- ASSIS**, Machado (1984). *Dom Casmurro*. Porto: Lello & Irmão.
- ATLAN**, Henri [et al.] (2001). *Clonagem humana*. Coimbra: Quarteto.
- AUBENAS**, Florence e **BENASAYAG**, Miguel (2002). *A fabricação da informação: os jornalistas e a ideologia da comunicação*, Porto: Campo das Letras.
- BAKHTIN**, Mikhail (VOLOCHINOV) (2006). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 12ª ed. São Paulo: Hucitec.
- BARBOSA**, Pedro (1995). *Metamorfose do real: arte, imaginário e conhecimento estético*, Porto: Edições Afrontamento.
- BARDIN**, Laurence (2009). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- BASSNETT**, Susan (2003). *Estudos de Tradução*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- BAUMAN**, Zygmunt (2003). *Comunidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- BELO**, Maria do Rosário Leitão Lupi (2005). *Narrativa Literária e Narrativa Fílmica: o caso de Amor de Perdição*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- BENJAMIN**, Walter (2012). *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- BÍBLIA**. Português (2010). *Bíblia Sagrada: Velho e Novo Testamento*. Tradução de João Ferreira de Almeida. Edição revista e corrigida. Lisboa: Edição Sociedade Bíblica de Portugal.

- BÍBLIA SAGRADA** (1993). *Edição Pastoral*. 4.^a ed, Lisboa: Edições Paulus.
- BONNAL**, Nicolas (2001). *Internet: a Nova Via Iniciática*. Col. Epistemologia e Sociedade, n.º 177. Lisboa: Instituto Piaget.
- BORGES**, Jorge Luís (2003). *Ficções*. Porto: Público Comunicação Social SA.
- BOURDIEU**, Pierre (1998). *O que falar que dizer: a economia das trocas linguísticas*. Algés: Difel.
- BRUNEL**, Pierre; **CHEVREL**, Yves (org.) (2004). *Compêndio de Literatura Comparada*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- BUCCI-GLUCKSMANN**, Christine (2009). “Diálogo sobre as imagens cristalinas e o pensamento na arte”. *Revista Nada*, n.º 13, junho de 2009, pp. 64-73.
- CAEIRO**, Alberto (1979). *Poemas*. 7.^aed. Lisboa: Ática.
- CALABRESE**, Omar (1986). *A linguagem da arte*. Lisboa: Editorial Presença.
- CALABRESE**, Omar (1997). *Como se lê uma obra de arte*. Lisboa: Edições 70.
- CARMO**, Hermano; **FERREIRA**, Manuela Malheiro (2008). *Metodologia da investigação: guia para auto-aprendizagem*. 2.^a ed. Lisboa: Universidade Aberta.
- CAROCHINHO**, José (2002). “Análise de conteúdo”, in MAIA, Rui Leandro (coord.)(2002). *Dicionário de Sociologia*, Porto: Porto Editora.
- CASTELLS**, Manuel (1999). *O poder da linguagem*. Vol. 2. São Paulo: Paz e Terra.
- CASTELLS**, Manuel (2002). *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol. 1. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS**, Manuel (2004). “A internet e a sociedade em rede”, in **OLIVEIRA**, José Manuel Paquete de (org.) (2004). *Comunicação, cultura e tecnologias de Informação*. Lisboa: Quimera Editores.
- CASASÚS**, José M.^a (1979). *Teoria da imagem*. Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil.
- CHAMISSO**, Albert Von (2005). *A história de Peter Schlemihl*. Trad. João Barrento. Lisboa: Assírio & Alvim.
- CHEVALIER**, Jean; **GHEERBRANT**, Alain (2010). *Dicionário dos símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*. 2.^a ed. Lisboa: Editorial Teorema.
- CIRLOT**, Juan Eduardo (2000). *Dicionário de símbolos*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

- DOSTOIÉVSKI**, Fiódor (2003). *O Duplo*. Barcarena: Editorial Presença.
- DURKHEIM**, Émile (1998). *As regras do método sociológico*. 7ª ed. Lisboa: Editorial Presença.
- FISCHER**, Ernst (1973). *A necessidade da arte*. 4.ª ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- FOCILLON**, Henri (2001). *A vida das formas: seguido de elogio da mão*. Lisboa: Edições 70.
- FORMAGGIO**, Dino (1985). *Arte*. Lisboa: Editorial Presença.
- FRANCASTEL**, Pierre (1998). *A imagem, a visão e a imaginação*. Lisboa: Edições 70.
- FREUD**, Sigmund (2004). *Dicionário Filosófico de citações*. In: GRATELOUP, Leon-Louis (org.). Trad. Marina Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes.
- GOMES**, António Silva (org.) (1999). *Publicidade e comunicação*. 3.ª ed. Lisboa: Texto Editora.
- GONÇALVES**, Albertino (2004). *Métodos e técnicas de investigação social I, Programa, Conteúdo e Métodos de Ensino Teórico e Prático*. Relatório apresentado à Universidade do Minho para provas de agregação no Grupo Disciplinar de Sociologia. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.
- GONÇALVES**, Carla Alexandra (2007). *Estética e teoria da arte* [E-BOOK]. Coimbra: Universidade Aberta.
- GONÇALVES**, Carla Alexandra (2010). *Para uma Introdução à Sociologia da Arte*. Madrid: Bubok Publishing S.L.
- GRAHAM**, Gordon (2001). *Filosofia das artes: introdução à estética*. Lisboa: Edições 70.
- HALL**, Stuart (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- HAUSER**, Arnold (1988). *Teorias da Arte*. 2.ª ed. Lisboa: Editorial Presença.
- HILL**, Manuela Magalhães; **HILL**, Andrew (2002). *Investigação por questionário*. 2ª ed. Revista e corrigida. Lisboa: Edições Sílabo.
- HUISMAN**, Denis (1997). *A estética*. Lisboa: Edições 70.
- HUYGHE**, René (1998a). *O poder da imagem*. Lisboa: Edições 70.
- HUYGHE**, René (1998b). *Sentido e destino da arte*. Vol. I. Lisboa: Edições 70.
- KAFKA**, Franz (1987). *A metamorfose*. Trad. J. A. Teixeira Aguilar. 2.ª ed. Mem Martins, Europa-América.

KAFKA, Franz (1976). *O Processo*. Trad. Gervásio Álvaro. Lisboa: Círculo de Leitores.

KAHN, Axel; **PAPILLON**, Fabrice (2000). *A clonagem em questão*. Lisboa: Instituto Piaget.

KLIKSBERG, Bernardo (2001). *Falácias e mitos do desenvolvimento local*. São Paulo: Cortez.

LEMOS, André; **CUNHA**, Paulo (orgs) (2003). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina.

LESSARD-HÉRBERT, Michelle; **GOYETTE**, Gabriel; **BOUTIN**, Gérald (1994). *Investigação qualitativa: fundamentos e práticas*. Lisboa: Instituto Piaget.

LÉVY, Pierre (2000). *Cibercultura*. Lisboa: Instituto Piaget.

LÉVY, Pierre (2001). *O que é o virtual?* Coimbra: Quarteto.

LEWIS, Peirce (1882). “Axioms for Reading the Landscape.” *Material Culture Studies in America*. Ed. Thomas J. Schlereth. Nashville: American Association for State and Local History. pp. 75-182.

LIESER, Wolf (2009). *Arte Digital*. Königswinter: H. F. Ullmann.

MACHADO, Álvaro Manuel; **PAGEAUX**, Daniel-Henri (2004). *Da Literatura Comparada à Teoria da Literatura*. Lisboa: Presença.

MCLELLAN, David (1987). *A Ideologia*. Lisboa: Editorial Estampa.

MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

MAFFESOLI, Michel; **MARTINS**, Moisés de Lemos, «À propos de l’imaginaire des médias», *Sociétés*, 2011/1 n.º 111, pp. 5-9.

MAFFESOLI, M. (2004). *A Transfiguração do político: a tribalização do mundo pós-moderno*. Lisboa: Instituto Piaget.

MARTIN, José Carpio (1996). *Perspectivas de desarrollo local*. Campo Grande: UCDB.

MARTINS, Fernando Cabral (coord.) (2008). *Dicionário de Fernando Pessoa e do Modernismo Português*. Lisboa: Caminho.

MARX, Karl; **ENGELS**, Frederick (1976). *Literatura e arte*. Lisboa: Editorial «A Comuna».

MARX, Karl (1977). *Sociologia do capitalismo*. Amadora: Editorial Fronteira.

- MELO**, Alexandre (2001). *O que é a Arte*. Lisboa: Quimera Editores.
- MOLES**, Abraham (1990). *Arte e Computador*. Porto: Edições Afrontamento.
- MORE**, Thomas (1997). *Utopia*. Mem-Martins: Publicações Europa-América.
- MOREIRA**, Carlos Diogo (1994). *Planeamento e estratégias da investigação social*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- MUMFORD**, Lewis (2001). *Arte & técnica*. Lisboa: Edições 70.
- NEGROPONTE**, Nicholas (1996). *Ser digital*. Lisboa: Editora Caminho.
- NORONHA**, José (2000). *Para uma leitura da poesia de Fernando Pessoa Ortónimo*. Lisboa: Presença.
- OLIVEIRA**, José Manuel Paquete de (org.) (2004). *Comunicação, cultura e tecnologias da informação*. Lisboa: Quimera Editores.
- ORWELL**, George (2002). *1984*. Porto: Público Comunicação Social D.L.
- OVÍDIO** (2007). *Metamorfoses*. Lisboa: Livros Cotovia.
- PARSONS**, Michael J. (1992). *Compreender a arte*. Lisboa: Editorial Presença.
- PESSOA**, Fernando (1974). *Fernando Pessoa: obras em prosa*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Aguillar.
- PINTO**, José Madureira (1978). *Ideologias: inventário crítico dum conceito*. Porto: Editorial Presença.
- PINTO**, José Madureira (1991). “Considerações sobre a produção social da identidade”. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 32: pp. 217-231.
- PLATÃO** (1987). *República*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- PLATÃO** (1975). *Fédon: diálogo sobre a alma e a morte de Sócrates*. Trad. do grego por Dias Palmeira; precedido de uma notícia histórico-filosófica de Joaquim Carvalho. 5.ª ed. Coimbra: Atlântida.
- PLATÃO** (2000). *Hípias Maior*. Lisboa: Edições 70.
- PLATÃO** (2002). *O Mito da Caverna no Livro VII de A República*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- PLAUTO** (1978). *Anfitrião*. Introd., trad. e notas por Carlos Alberto Louro Fonseca. Coimbra: Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos.

QUIVY, Raymond; **CAMPENHOUDT**, Luc Van (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 2ª ed. Lisboa: Gradiva.

RABOT, Jean-Martin, «Éloge des liaisons techniques», *Sociétés*, 2011/1 n.º 111, pp. 93-104.

RABOT, Jean-Martin, «L'image, vecteur de socialité», *Sociétés*, 2007/1 n.º 95, pp. 19-31.

RAFFESTIN, Claude (1993). *Por uma geografia do poder*. Trad. Maria Cecília França. São Paulo: Ática.

REAL, Elena (1988). *Marguerite Yourcenar: biographie, autobiographie*. Valencia: Universitat de Valencia.

REIS, Carlos (2008). *O Conhecimento da Literatura: Introdução aos Estudos Literários*. 2.ª ed. Coimbra: Almedina.

RIBEIRO, Darcy (1975). *O processo civilizatório: etapas da evolução sociocultural*. Vol. 1. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

RICOEUR, Paul (1991). *Ideologia e utopia*. Lisboa: Edições 70.

RODRIGUES, Adriano Duarte (1999). *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Editorial Presença.

ROSSET, Clément (1998). *O real e seu duplo*. Trad. José Thomaz Brum. Porto Alegre: L&PM.

RYAN, Alan (1988). *A propriedade*. Lisboa: Editorial Estampa.

SÁ-CARNEIRO, Mário (2001). *Poemas Completos*. 2.ª ed. Lisboa: Assírio & Alvim.

SAINSAULIEU, Renaud (1986). “L’Identité et les relations de travail”. In Pierre Tap (org.) (1986), *Identités collectives et changements sociaux*. Toulouse: Privat.

SANTOS, A. M. Nunes dos (1993). “Introdução ao Colóquio”. in **SANTOS**, A. M. Nunes dos (org.) (1993). *Arte e Tecnologia: compilação das comunicações apresentadas de 17 a 19 de dezembro de 1987 na sala polivalente do Centro de Arte Moderna*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

SARAMAGO, José (2003). *O homem duplicado*. Lisboa: Círculo de Leitores.

SARTRE, Jean-Paul (2002). *A imaginação*. Lisboa: Difel.

SILVA, Vítor Manuel de Aguiar (2004). *Teoria e Metodologia Literárias*. Lisboa: Universidade Aberta.

SIMÕES, João Gaspar (prefácio, posfácio e notas) (1982). *Cartas de Fernando Pessoa a João Gaspar Simões*. 2.º ed. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

SOARES, Bernardo (2005). *Livro do Desassossego*. Lisboa: Editora Planeta DeAgostini.

STEINER, George (1993). *Presenças reais: as artes do sentido*. Lisboa: Editorial Presença.

STEINER, George (2003). *Paixão Intacta*. Lisboa: Relógio d'Água.

STEVENSON, Robert Louis (2008). *O estranho caso do Dr. Jekyll e do Sr. Hyde*. Trad. de Fernando Dias Antunes. Vila Nova de Famalicão: Edições Quasi.

TAP, Pierre (1986). "Introduction". In Pierre Tap (org.). *Identités collectives et changements sociaux*. Toulouse: Privat.

TÀPIES, Antoni (2002). *A Prática da Arte*. Lisboa: Gradiva.

TIBON-CORNILLOT, Michel (1997). *Os corpos transfigurados: mecanização do vivo e imaginário da biologia*. Lisboa: Instituto Piaget.

TORGA, Miguel (1999). *Antologia poética*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

TUDOR, Andrew (1999). *Teorias do cinema*. Lisboa: Edições 70.

TURKLE, S. (1997). *A vida no ecrã. A Identidade na Era da Internet*. Lisboa: Relógio D'Água Editor.

VENTURI, Lionello (1998). *História da crítica de arte*. Lisboa: Edições 70.

VILAR, Mauro de Salles (dir) (2011). *Dicionário do Português Atual Houaiss*. Vol. 1: A-F. Lisboa: Círculo de Leitores; Sociedade Houaiss – Edições Culturais.

WAGNER, Richard (2003). *A obra de arte do futuro*. Lisboa: Antígona.

WEIBEL, Peter (2014). "Da arte e da cultura de massas". *Jornal Expresso, Atual, Ideias & Debates*, 25 de janeiro de 2014, pp. 42-44.

WOLTON, Dominique (2000). *E depois da Internet: para uma teoria crítica dos novos médias*. Algés: Difel.

WOLTON, Dominique (2004). *A Outra Globalização*. Algés: Difel.

WEBGRAFIA:

ADORNO, Theodor W. "Résumé sobre indústria cultural". Conferência radiofônica pronunciada por Adorno na Internationalen Rundfunkuniversität des Hessischen Rundfunk de Frankfurt, de 28 de Março a 4 de Abril de 1963. Tradução de Carlos Eduardo Jordão Machado do original alemão e cotejada com a tradução italiana (Parva

Aesthetica. Milano. Einaudi, 1979). Anita Simis e Marcos Costa colaboraram na edição final do texto. [Consultado em 2014-10-19]. Disponível na www:<[URL:http://adorno.planetaclix.pt/tadorno17.htm](http://adorno.planetaclix.pt/tadorno17.htm)>

ALMEIDA, Aires (2000, 1 de Setembro). *Crítica [revista de filosofia]. O que é arte?: três teorias sobre um problema central da estética*. [Consultado em 2014-10-15]. Disponível na www: <[URL:http://criticanarede.com/fil_tresteoriasdaarte.html](http://criticanarede.com/fil_tresteoriasdaarte.html)>

CEIA, Carlos, “Alteridade”. In *E-Dicionário de Termos Literários*, coord. de Carlos Ceia [Consultado em 05/12/2014]. Disponível na www: <http://www.edtl.com.pt/index.php?option=com_mtree&task=viewlink&link_id=778&Itemid=2>

CUNHA, Carla, “Dulpo”. In *E-Dicionário de Termos Literários*, coord. de Carlos Ceia [Consultado em 10/12/2014]. Disponível na www: <http://www.edtl.com.pt/index.php?option=com_mtree&task=viewlink&link_id=778&Itemid=2>

GNEZDA, Nicole M, “Cognition and emotion in the creative process”. In *Art Education, Issue 1*, pp. 47-52, Janeiro, 2011. [Consultado em 2014-10-15]. Disponível na www: <<http://connection.ebscohost.com/c/articles/57549514/cognition-emotions-creative-process>>

GUMBRECHT, Hans Ulrich. “O campo não-hermenêutico ou a materialidade da comunicação”. In *Dish and Pot dish and Pot*, de 20 novembro de 2011. [Consultado em 2014-10-19]. Disponível na www: <<http://dishandpot.blogspot.pt/2011/11/gumbrecht-hu-o-campo-nao-hermeneutico.html>>

HOFFMANN, E.T.A, *Reflexo perdido*. [Consultado em 12-12-2014] Disponível na www: <http://www.gargantadaserpente.com/coral/contos/et_reflexo.shtml>

LÉVY, Pierre (2015). “A revolução digital só está no começo”. In *Correio do Povo, Caderno de Sábado*, de 12 de abril de 2015. [Consultado em 2015-04-26]. Disponível na www: <<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/?p=7087>>

POE, Edgar Allan, *William Wilson* [Consultado em 13-12-2014]. Disponível na www: <<http://conselheiroacacio.wordpress.com/2009/01/31/william-wilson-edgar-allan-poe/>>

SIGMUND FREUD, in *Wikiquote*. [Consultado em 18-12-2014]. Disponível na www: <https://pt.wikiquote.org/wiki/Sigmund_Freud>

SILVA, Daniel Ribeiro da, *Adorno e a Indústria Cultural. Ano I - Nº 04 - Maio de 2002 - Quadrimestral - Maringá - PR - Brasil - ISSN 1519.6178*. [Consultado em 2014-10-15]. Disponível na www: <[URL:http://www.urutagua.uem.br//04fil_silva.htm](http://www.urutagua.uem.br//04fil_silva.htm)>

SILVA, Tomaz Tadeu da (2000), “A produção social da identidade e da diferença”. In Silva, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes. [Consult. 2014-10-19]. Disponível na www: <URL:<http://ccs.ufpel.edu.br/wp/wp-content/uploads/2011/07/a-producao-social-da-identidade-e-da-diferenca.pdf>>

VIANA, Nildo (2004). “Reflexões sobre a Indústria Cultural”. In *Monografias.com*. [Consultado em 2014-10-15]. Disponível na www: <URL:<http://br.monografias.com/trabalhos914/reflexoes-industria-cultural/reflexoes-industria-cultural.shtml>>

ŽIVKOVIC, Milica, “The double as the «unseen» of culture: towards a definition of doppelganger”, UNIVERSITY OF NIŠ, The scientific journal FACTA UNIVERSITATIS, Series: Linguistics and Literature Vol.2, No 7, 2000 pp. 121 – 128. [Consultado em 20/12/2014]. Disponível em www:<<http://facta.junis.ni.ac.rs/lal/lal2000/lal2000-05.pdf>>

ANEXOS



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

GUIÃO DE ENTREVISTA

Esta entrevista surge no âmbito do Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura (2013/2015), ministrado pelo Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, para fins da tese de investigação, com o tema “A Virtualização da Arte pelas Redes Sociais: Transfiguração Imagética ou Duplicidade Ideológica?”, orientada pelo Professor Doutor Jean-Martin Marie Rabot. Esta investigação pretende averiguar a relação que a arte, nos seus mais variados géneros, tem com as novas tecnologias, em especial, com o recurso das redes sociais. O objetivo central será analisar e interpretar a veiculação da obra de arte por esses novos recursos de comunicação, de acordo com as várias perspetivas e testemunhos recolhidos (artistas, entidades promotoras de arte e apreciadores/críticos de arte), com fim a averiguar se essa referida virtualização constitui, na sua dimensão simbólica, uma transfiguração imagética ou uma duplicidade ideológica.

I – Identificação

Nome:

Idade:

Sexo:

Estado civil:

Local de nascimento:

Local de residência:

II – Categoria de atuação

Apreciador/crítico de arte tradicional

Apreciador/crítico de arte digital

Artista com recurso aos meios tradicionais

Artista com recurso aos meios digitais

Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais

Entidade promotora com recurso aos meios digitais

III – Formação Académica

Grau académico:

Área académica:

Ano de conclusão:

IV – Situação Profissional

Profissão:

Local de trabalho:

Contexto profissional (sector público/privado/independente):

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Qual a frequência da utilização?

Que género de arte mais consulta/divulga?

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Admite haver uma revelação emocional originada?

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Quais as principais limitações da imagem digital?

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Grato pelo contributo!

Entrevista 1 (E1)

(Artista com recurso aos meios tradicionais)

I – Identificação

Nome: *Renato Naves Prado*

Idade: 28

Sexo: *Masculino*

Estado civil: *Casado*

Local de nascimento: *Goiânia - Brasil*

Local de residência: *Goiânia – Brasil*

II – Categoria de atuação

Artista com recurso aos meios tradicionais

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciatura em Fotografia e Imagem (e Mestrando)*

Área académica: *Comunicação, Arte e Design (Cultura no Mestrado)*

Ano de conclusão: *2008 (2015 mestrado)*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Fotógrafo e Professor*

Local de trabalho? *Faculdade Cambury e Independente*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Blogs, Facebook, LinkedIn.

Qual a frequência da utilização?

Diariamente, com exceções.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Fotografia, Cinema, Artes Plásticas, Literatura, Música.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Estar em contacto com o que é desconhecido para mim; buscar a troca sensível e o pensamento social.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Não me preocupo muito. Dou uma chance para que me envolva com a obra, se não acontece eu sigo em frente.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Satisfaz-me na medida em que posso conhecer e me comunicar com incontáveis pessoas, artistas e obras de arte. Mas sempre que posso deixo as tecnologias de lado para ter contactos menos isolados e mais humanos.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos:

Não me sinto constrangido. Mas noto o medo que algumas pessoas têm em publicar suas obras de arte e serem plagiadas. Noto também muitas pessoas excessivamente raivosas e intolerantes.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Em minha opinião, sim.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Depende mais da mensagem do que do suporte.

Considera haver integridade e plenitude na comunicação proporcionada?

Acredito na integridade. A plenitude pode ser mais relativa. Não é que o digital seja melhor ou pior, mas pensá-lo como um substituto de contacto tradicional, do estar presente em corpo e alma parece-me um equívoco.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Sim.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

A facilidade com que ela se alastra. O que também é seu defeito em muitos casos. No caso da fotografia o processo de tratamento digital é deveras engrandecedor. Trabalho com fotografia digital, mas continuo a trabalhar com filmes.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Gosto muito da imagem pendurada na parede, de sua ampliação em geral. O digital talvez tenha tornado as imagens ainda mais efêmeras. Elas se acumulam em discos rígidos de memórias que por vezes não são revisitados. E paralelamente à abundância há o processo de insensibilidade, várias imagens passam despercebidas.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

É uma hipótese que tende a ser real em grande parte dos processos.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Consumo-as e, às vezes, compartilho com outras pessoas. Mas não compartilho qualquer assunto.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Penso que arte está na maneira como a coisas são desempenhadas. Pode-se estudar algo de maneira científica mas praticá-las como arte. Na história muitas coisas tiveram que se esforçarem para adquirir o status de arte. É uma bobagem colocar um muro ao redor da arte impedindo-a de gestar novidades.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Fico mais atento ao discurso, à forma, à comunicação sensível da expressão artística. Se é digital e bem executada, deposito minha confiança.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

A sinceridade não depende do meio.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

As construções dos “Eus” passa a ser cada vez mais coletiva e os espaços para grandes reflexões têm diminuído.

Entrevista 2 (E2)

(Artista com recurso aos meios tradicionais)

I – Identificação

Nome: Ana Maria Ramos

Idade: 57 anos

Sexo: Feminino

Estado civil: Casada

Local de nascimento: Ramalhal – Torres Vedras

Local de residência: Marteleira - Lourinhã

II – Categoria de atuação

Artista com recurso aos meios tradicionais

III – Formação Académica

Grau académico: Licenciatura

Área académica: Estudos Artísticos – Artes e Património

Ano de conclusão: 2014

IV – Situação Profissional

Profissão: *Artista plástica – Aquarelista*

Local de trabalho: *Residência*

Contexto profissional: *Independente*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook.

Qual a frequência da utilização:

Uma vez por dia.

Que género de arte mais consulta/divulga:

Pintura.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Conhecer outros trabalhos e técnicas e os avanços no campo das artes plásticas e dar a conhecer as minhas criações.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

O que é realmente bom e também diferente e inovador em termos cromáticos e de composição.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Começo a sentir um certo cansaço na utilização destes meios pela banalização e mediatização dos mesmos.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Torna-se difícil identificar embustes, manipulações de imagem ou apropriações de trabalhos de outrem.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Às vezes.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Nem sempre.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Por vezes não.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Tem-se essa intenção mas nem sempre alcança esse objetivo.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Um suporte fácil e rápido.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Não chega a todas as camadas da população.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Não.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Só visualização/apreciação.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim. Pelo alcance/acessibilidade global.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Parte-se dessa base. Mas...

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Às vezes.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Divulgação e facilidade em obter resultados/respostas.

Entrevista 3 (E3)

(Artista com recurso aos meios tradicionais)

I – Identificação

Nome: *Rui Reis*

Idade: *28*

Sexo: *Masculino*

Estado civil: *Solteiro*

Local de nascimento: *Penafiel*

Local de residência: *Lousada*

II – Categoria de atuação

Artista com recurso aos meios tradicionais

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciatura*

Área académica: *Performance - Saxofone*

Ano de conclusão: *2009*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Professor de Música / Maestro de Orquestra / Músico freelancer*

Local de trabalho: *Conservatório do Vale do Sousa / Academia de Música José Atalaya / Maestro Orquestra Lousada Big Band*

Contexto profissional: *Sector privado e independente*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook.

Qual a frequência da utilização?

Várias vezes ao longo do dia.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Música e, como maestro de orquestra de Jazz, música moderna (Jazz, Pop, Rock, Funk...)

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Manter as pessoas informadas sobre os eventos musicais que organizo e participo, bem como procurar ter mais afluência para os concertos que realizo. E, simultaneamente, obter mais propostas e novos projetos musicais.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

A qualidade musical e a qualidade de espetáculo, que podem, eventualmente, ser duas características independentes.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

As novas tecnologias são uma excelente forma de divulgar os meus trabalhos, pela abrangência de divulgação que proporciona. Antes destes recursos era mais difícil informar o público, especialmente se compararmos com a velocidade e a instantaneidade que as Redes Sociais proporcionam.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

O que sinto, às vezes, é que, pelo facto da maioria das pessoas aceder às Redes Sociais e esta ser uma torrencial fonte de informação, alguns eventos ou produções musicais perdem algum destaque. A meu ver, a aglomeração não categorizada da informação pode levar ao desinteresse. Também alguma má qualidade estética e gráfica na divulgação pode levar ao mesmo fim.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

A arte digital, especialmente a música, continua a ter com os recursos tecnológicos a capacidade de transmitir a sua mensagem, mas não tanto como presenciar fisicamente. Assistir a um concerto ao vivo é uma experiência muito mais intensa emocionalmente do que escutar e ver no computador.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

O momento que antecede e o momento que sucede ao assistir uma performance são fundamentais para que se compreenda o que é apresentado. Daí que o entendimento de originalidade de uma determinada mensagem se prenda também com o entendimento do que antecede e sucede o confronto com a mensagem em causa.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Tento sempre que a informação que disponibilizo publicamente seja verdadeira e o mais fiel possível à realidade. No entanto, a integridade e a plenitude da comunicação não se esgota na pessoa que publica, mas depende também dos interesses da pessoa que recebe.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Acho que sim. Quando coloco um vídeo, sem qualquer descrição, quase ninguém o visualiza. Mas quando existe uma breve descrição, de forma criativa e estimulante à curiosidade, obtenho sempre muito mais visualizações. Neste sentido, a revelação emocional funciona, se estimulada.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Pode criar mais intimidade, uma vez que o recetor, nestas condições, se encontra isolado e mais compenetrado no que vê. A imagem digital pode ser vista repetidamente. Contudo, ver uma imagem no mundo real cria uma interação mais natural e mais humana.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Muitas vezes, ao estar inserida num contexto imagético diferenciado e descontextualizado pode retirar-lhe a sua importância. Sentir plenamente pressupõe o

uso dos cinco sentidos; são todos fundamentais para a compreensão do que está a ser apresentado. A arte digital privilegia essencialmente dois sentidos (visão e audição).

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Considero que os recursos virtuais potenciam um maior e mais amplo conjunto de informação (novas obras, novos artistas). Obviamente que esta condição acaba também por influenciar a tomada de novas tendências e comportamentos. Por exemplo, com frequência procuro na Web algum reportório musical para futuros concertos da Orquestra Big Band. É inevitável a influência dos meios digitais.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Com o Facebook a minha interação efetua-se de duas formas: em grupos público e em grupos privados, com os quais a intensidade da minha interação varia entre a simples divulgação e a crítica construtiva.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, reconheço. Cada vez mais. Não deveria ser assim, porque a música ao vivo tem muito mais força do que em suporte digital, mas com o digital consegue-se ter mais abrangência em termos de público. Neste sentido, o virtual não substitui a realidade, mas pode servir de complemento. De salientar que algumas criações não são tão mediáticas apenas porque não têm como objetivo a sua comercialização.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Deposito e atribuo confiança, porque é uma excelente forma de divulgar a arte, mas enquanto complemento ou estimulante para que posteriormente se apreciar presencialmente.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Nos meios virtuais existem vários interesses, nomeadamente económicos. Daí que a sinceridade esteja sempre comprometida e dependente desse fator. Embora, em alguns casos de interação virtual, a sinceridade (quer de quem divulga, quer de quem recebe), exista de forma evidente.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Essencialmente, toda a interação virtual, ao processar-se de forma imediata e democratizada, possibilita um exercício pessoal de conhecimento do mundo, em sua larga extensão, e um exercício de autoconhecimento. Ou seja, a interação virtual funciona como um reflexo social daquilo que a sociedade propõe ideologicamente, dentro do qual podemos intervir.

Entrevista 4 (E4)

(Artista com recurso aos meios digitais)

I – Identificação

Nome: *Jorge Augusto dos Santos*

Idade: *39 anos*

Sexo: *Masculino*

Estado civil: *Casado*

Local de nascimento: *Viseu*

Local de residência: *Paio Pires, Seixal (Setúbal)*

II – Categoria de atuação

Artista com recurso aos meios digitais

III – Formação Académica

Grau académico: *Mestre*

Área académica: *Comunicação, Cultura e TI – Indústrias Criativas*

Ano de conclusão: *2014*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Consultor de Comunicação, Cultura e Designer Gráfico*

Local de trabalho: *Lisboa*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, LinkedIn.

Qual a frequência da utilização?

Diária.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Digital (Design Gráfico, Ilustração), Pintura, Dança, Fotografia, Cinema.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Dinamização cultural.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Criatividade, estética, originalidade.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Facilidade de acesso a grande número de artistas e obras, chegada mais rápida a um grande número de pessoas.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

A não presença com os objetos artísticos físicos, resolução das imagens, qualidade das obras.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Sim.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Nem sempre.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Não.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Nem sempre.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Dar a conhecer a existência das obras de arte e dos artistas – divulgação.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Não oferecer a experiência total das obras 'reais'.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Nem sempre (apenas com alguns tipos de obras artísticas, nomeadamente aquelas que foram feitas para usufruto ou experiência digital e/ou virtual).

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Efêmera; recensões críticas (artigos de opinião em blogue pessoal); partilha de imagens nas redes sociais.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Reconheço a arte virtual (considerando aquela que é criada exclusivamente para a virtualidade a que está destinada) como outro qualquer tipo de arte e, como tal, tem o seu espaço no universo artístico.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Relativamente.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Não. Considero que na maior parte das vezes as opiniões são baseadas em impulsos infundados. Raramente são desenvolvidas sem qualquer preocupação em fundamentar ou para dizer porque se gosta. Gosta-se porque sim, porque é ‘bonito’, prazeroso (sem saber se ‘dá prazer’ ou porque é que o é).

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Admito que apesar da ligeireza com que se partilham e comentam as obras de arte (sobretudo nas redes sociais, espaços de ‘scrolling’ sem preocupações de envolvimento mais sério e refletido), os espaços de interação virtual podem (e devem) fomentar a dinamização da arte e da procura de algo mais, de um desenvolvimento pessoal ao nível do conhecimento artístico, logo, desenvolvimento do próprio carácter.

Quais as principais oposições identitárias na interação virtual: atenção: estamos a falar de dois tipos de interação a nível virtual relativamente às obras de arte:

- 1. o que se tem com as obras de arte em suportes ‘tradicionais’ (físicos), como as artes plásticas, a arquitetura, as artes performativas, o design;*
- 2. o que se tem com obras de arte criadas para serem usufruídas nos suportes (media) virtuais: o Design Gráfico, a Web Design, a WebArt, a NetArt, o próprio cinema, os filmes artísticos.*

Uma coisa é ‘ter conhecimento’ que os objetos artísticos reais existem – através de imagens, com maior ou menor definição -, o que não substitui (nem deve substituir) a experiência da fruição presencial, que permite ‘conhecer’ o objeto. No entanto, pode conhecer-se o objeto, sabendo mais sobre ele. Saber o contexto em que foi criado, quando, por quem, como, porquê. Para isso não é necessário estar na sua ‘presença’ física.

Outra coisa é conhecer e usufruir da experiência artística virtual, para a qual foi feito esse objeto. E aqui também dependem outros fatores como a resolução de imagem ou o suporte em que se experiencia (uma coisa é ver num iPad mini, outra numa Smart TV de um metro ou numa projeção numa parede, em casa ou numa galeria/museu).

Entrevista 5 (E5)

(Artista com recurso aos meios digitais)

I – Identificação

Nome: Renato José Bento

Idade: 51

Sexo: Masculino

Estado civil: *Divorciado*

Local de nascimento: *São Paulo - Brasil*

Local de residência: *São Paulo - Brasil*

II – Categoria de atuação

Artista com recurso aos meios digitais

III – Formação Académica

Grau académico: *Doutorado*

Área académica: *Artes Plásticas*

Ano de conclusão: *2000*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Ilustrador Free-lancer*

Local de trabalho: *Home office*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Behance, DevianArt.

Qual a frequência da utilização?

Diária.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Ilustração, manipulação de imagens, tratamento de imagens.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Aprendizado, atualização, clientes, fãs.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Qualidade, originalidade, capacidade de uso dos recursos disponíveis.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Facilidade na execução e na divulgação. Enorme quantidade de informação disponível para aprendizado de técnicas e conhecimento de novos artistas. Economia de espaço e de material. Segurança contra deterioração da obra. Vasta rede de profissionais e amadores interconectados.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Eventual queda de energia, lentidão na transmissão de dados, algumas limitações técnicas. Banalização da obra em si, devido à ampla divulgação, muitas vezes por pessoas pouco qualificadas, que não entendem o real valor da obra e sua relevância no campo da arte.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

A principal característica atribuída a virtualização da arte é a democratização desta. Todos podem consumir e até produzir arte. Para isso, no entanto, é preciso uma maior simplificação da mensagem. Obras mais pessoais, que exijam um nível mais profundo de conhecimento do fruidor, são menos apreciadas nesse meio.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

A originalidade tem sido cada vez mais escassa nesse meio, devido à enorme quantidade de obras, artistas, amadores e divulgadores.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

A Internet, como qualquer comunidade, tem suas regras e seus pressupostos, com a diferença de que tudo é mais rápido e mais dinâmico. As modas, os modos, de pensar se espalham e se tornam “modinhas”, no dizer dos internautas. Isso posto, a integridade e a plenitude da comunicação ficam comprometidas. Todos têm opinião sobre tudo, o que não necessariamente é uma vantagem. Pois essas opiniões, muitas vezes, são moldadas pela repetição de ideias a que estão expostos todos os que convivem com a Internet regularmente. É o efeito viral da informação, que não precisa ser correta nem verdadeira, apenas despertar a atenção do público.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Complementando o que foi dito acima, acho que pouco há de realmente sincero no que é dito na rede. Em poucas palavras, é muito mais achismo e coisa de momento. A rapidez da internet leva à rapidez do pensar, o que diminui a profundidade desse pensar.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

A facilidade de acesso por todos. A ampla divulgação. Imensa quantidade de informação técnica e teórica sobre o assunto. Facilidade de fazer inter-relações entre obras e artistas.

Quais as principais limitações da imagem digital?

A fruição, ou é imediata, ou não ocorre de forma alguma. Não há envolvimento de outros sentidos além da visão e da audição. Não há uma imersão emotiva/intelectiva como ocorre num museu ou numa galeria, pois não há tempo para isso, nem ambiente. É um estilo “fast food” de fruição artística.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Só no que tange à democratização do fazer e do fruir artístico. Quanto à legitimação da arte como tal, penso que houve uma mudança de paradigma que ainda não foi totalmente compreendido pelos artistas e críticos.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Não participo muito de fóruns, apenas de algumas comunidades. De fato, tenho me imiscuído aos poucos nesse meio virtual.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Definitivamente, a arte virtual vai mudar a forma de pensar, de fazer e de fruir a arte, mas não creio que tenha um poder maior que a arte tradicional. Apenas alcança mais gente, mas, por sua própria natureza, não é muito propícia ao aprofundamento da apreciação artística.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Ter confiança em qualquer coisa que circule na rede é problemático, devido à natureza aberta desse meio. Procuro absorver o que é bom e descartar o que não me parece como tal.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Sinceridade também não é uma palavra muito relacionada com a Internet. Muitas vezes, as pessoas se aproveitam do fato de estarem incógnitas para despertarem o que há de pior nelas.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Principalmente a facilidade de acesso à informação, de divulgação e pelas facilidades técnicas. Infelizmente, a arte tradicional está cada vez menos valorizada em meu país.

Entrevista 6 (E6)

(Artista com recurso aos meios digitais)

I – Identificação

Nome: *Márcia Raquel da Silva Matos Bessa Dias*

Idade: *34*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Solteira*

Local de nascimento: *Lousada*

Local de residência: *Lousada*

II – Categoria de atuação

Artista com recurso aos meios digitais

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciatura*

Área académica: *Design Industrial*

Ano de conclusão: *2007*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Design Gráfico*

Local de trabalho: *Freelancer*

Contexto profissional: *Independente*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Pinterest, Instagram.

Qual a frequência da utilização?

Diariamente, várias vezes por dia.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Arte gráfica e multimédia, fotografia.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Procura de tendências artísticas e comportamentos sociais. Atualização de conhecimento, sobretudo. Enriquecimento de conteúdos/conceitos, para posterior aplicação. Ou seja, primeiro faço uma análise da realidade social em termos comportamentais para aplicar visualmente nas minhas criações, respondendo, assim, às exigências dos que solicitam os meus trabalhos.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Procuro na arte um espelho, um reflexo, do que o cliente pretende transmitir, não o que eu quero. Sobretudo, há uma necessidade de colocar-me entre a necessidade do cliente e o desejável produto final.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

É a minha principal ferramenta de trabalho e, neste sentido, obtenho, quase sempre, os resultados pretendidos. Principalmente nesta fase, após maturidade técnica dos

recursos tecnológicos disponíveis. O processo de adaptação foi gradual ao longo do tempo e exigiu uma atualização de conhecimentos técnicos também.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Sou bastante persistente na procura. No entanto, por vezes, perco bastante tempo num determinado trabalho, o que leva, por vezes, a uma situação de bloqueio criativo. A fotografia, principalmente, carece de direitos de autor, o banco de imagens disponível quase sempre é estrangeiro.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Reconheço, porque já adquiri uma maturidade gráfica e técnica e estou constantemente a analisar e a receber novas criações, por exemplo, através de newsletter de instituições credíveis da área.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Normalmente, consigo. Apesar de que é muito fácil qualquer pessoa fazer apropriações indevidas, não só dos objetos artísticos, mas das técnicas (tutoriais) utilizadas. O que é próprio e até frequente pela facilidade e pelo acesso à manipulação da imagem através das tecnologias. Até porque existem, atualmente, sites que ensinam a reproduzir determinadas obras.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Considero que existe integridade inicialmente, mas, muitas vezes, são pretextos utilizados para desvendar e desmistificar as técnicas usadas na produção da arte. Mas, com muito mais frequência, considero haver uma certa ingenuidade por parte dos que recebem a mensagem, que, muitas vezes, acabam por ser manipulados por interesses de merchandising.

Admite haver uma revelação emocional originada?

A tecnologia permite sempre a emoção, porque a emoção é uma consequência íntima que resulta de um processo mental independente do ambiente (real ou virtual) que despoletou essa emoção.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

A linguagem simplificada. A possibilidade de uma construção de ícones visuais. Por exemplo, a escolha de uma cor ter mais aplicabilidade simbólica de forma mais abrangente, se tivermos em conta o conceito visual de Bauhaus, nomeadamente a teoria de Kandinsky. Assim, menos é mais.

Quais as principais limitações da imagem digital?

A carga simbólica existente no mundo virtual não corresponde na íntegra ao que existe na realidade física, o que, por vezes, leva a um certo desencontro da mensagem que se pretendeu transmitir.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Identifico-me, naturalmente, mas, por outro lado, coloco-me sempre na posição que, por analogia, corresponde ao que conheço da realidade física.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Essencialmente, utilizo fóruns de discussão. Já participei, no passado recente, em fóruns virtuais com fins criativos, e exerço, no presente, partilhas de trabalhos com direitos de autor no site DeviantArt.com, onde existem avatares cujos trabalhos se encontram em galerias virtuais passíveis de serem explorados e utilizados.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, reconheço. Porque vivemos no mundo da imagem e os recursos tecnológicos facultam e veiculam essa nova realidade sociocultural.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Sim, porque encontro na arte, apesar de virtual, um apelo à dimensão humana, nas suas mais variadas virtudes.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Há sinceridade quando a partilha é baseada numa preocupação de conhecimento, não só a nível estético, mas também porque permite o autoconhecimento. Quase sempre, quem partilha não rouba.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

A partilha de conhecimento é muito mais vasta e, algumas vezes, mais profundo, dado que o diálogo resultante despoleta uma visão mais pessoal da realidade. Neste sentido, havendo uma maior possibilidade de comunicação, apesar de virtual, há também uma maior interação, quer com o outro, quer connosco. E isto é, essencialmente, um processo dinâmico de autoconhecimento.

Entrevista 7 (E7)

(Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais)

I – Identificação

Nome: Paula Pinto

Idade: 48

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Solteira*

Local de nascimento: *São Tomé e Príncipe*

Local de residência: *Oeiras*

II – Categoria de atuação

Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais

III – Formação Académica

Grau académico: *Frequência da Licenciatura em Estudos Artísticos*

Área académica: *Artes*

Ano de conclusão:

IV – Situação Profissional

Profissão: *Promotora das artes de espetáculo da Associação sentidosilimitados*

Local de trabalho: *Não fixo*

Contexto profissional: *Setores público e privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Google +.

Qual a frequência da utilização?

Diária.

Que género de arte mais divulga?

Artes performativas.

Quais os principais objetivos na divulgação de arte?

Captar público, divulgar junto dos potenciais participantes, dar a conhecer a outros possíveis promotores.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Inovação, rigor, pertinência.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Médio. Pela captação de novos públicos, pelo facto da divulgação se processar de forma rápida e mais barata.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

A falta de contacto humano direto limita uma verdadeira interatividade.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Sim, dependendo do contexto e da mensagem veiculada. Ao vivo a emoção é mais forte, impactante. A mensagem ao apelar de forma mais intensa aos sentidos melhor é compreendida, ao vivo isto é mais possível e eficaz.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Sim, dependendo do contexto e da mensagem em si. Se inserida num contexto que facilite a sua visualização (por exemplo, num site especializado, complementado por informações e descrições fidedignas).

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Depende dos objetivos dos intervenientes. Já detetei muitos lapsos e enganar em publicações acerca de autoria de obras e textos literários, o que pode levar a crer que, em alguns casos, existe pouca integridade e plenitude da comunicação efetuada.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Depende do contexto e da mensagem. Embora parece ser possível construir uma revelação emocional através dos recursos virtuais.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Rapidez de disseminação, portabilidade, de fácil tratamento e transformação.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Riscos de efemeridade de existência a não ser que corretamente conservada.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Não sou facilmente influenciada pelas mensagens veiculadas pelas redes sociais.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

A nível profissional, sim. Através de imagens, fotos, vídeos, notícias de trabalhos e eventos futuros da associação e dos seus colaboradores.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Aquela população que nasceu e cresceu na era das novas tecnologias, terá outra visão. Mas para mim, não creio que a arte digital possa alguma vez substituir as formas tradicionais de produzir cultura, especialmente pela falta de contacto humano.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Dependendo do meu interesse pessoal pela notícia, imagem ou obra digital, procurarei averiguar, antes de tudo, se ela é fidedigna, a partir daí a relação de confiança é mais possível.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Penso que poderá haver sinceridade. Contudo, nem todas as informações são genuínas, especialmente se formos a ver o elevado número de perfis falsos existentes nas Redes Sociais.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Tenho três contas diferentes de Facebook, para divulgação profissional, para além dos grupos secretos. Se a informação for fidedigna pode ser possibilitadora de uma maior tomada conhecimento do mundo e, desta forma, encontrar pares, no sentido de ampliar a redes de comunicação e encontrar compatibilidades ideológicas. No entanto, não creio que facilite o autoconhecimento, porque este é um processo sempre depende da experiência individual realizada ou obtida ao longo da existência humana, da vida.

Entrevista 8 (E8)

(Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais)

I – Identificação

Nome: *Rosário Correia Machado*

Idade: *45*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Casada*

Local de nascimento: *Lisboa*

Local de residência: *Paços de Ferreira*

II – Categoria de atuação

Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciatura / frequência Doutoramento (Universidade Coimbra)*

Área académica: *Sociologia / Economia*

Ano de conclusão: *1995*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Diretora da Rota do Românico – Quadro Superior da Administração Pública*

Local de trabalho: *Lousada*

Contexto profissional: *Setor público*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook e LinkedIn.

Qual a frequência da utilização?

Várias vezes por dia.

Que género de arte mais consulta/divulga?

A nível profissional, consulto e divulgo arte românica, essencialmente. A nível pessoal, os géneros de arte consultada são mais diversos, nomeadamente, arte contemporânea, arte e património cultural em risco. Como faço parte do ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), as minhas pesquisas pretendem ser uma constante atualização de conhecimentos e, simultaneamente, divulgar e alertar para problemas que envolvam a destruição de património cultural.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Atualização de conhecimentos. Divulgação de conteúdos artísticos e culturais. Sensibilizar e alertar para questões de destruição de património. Consciencialização humanística da importância da conservação do património cultural das diversas sociedades, que a todos diz respeito.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Principalmente, a credibilidade das fontes. Também a forma estética como é apresentada. As questões de inventariação e complementaridade da informação são um aspeto preponderante que influencia muito na seleção dos conteúdos artísticos.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Existem, nos dias de hoje, várias instituições museológicas com plataformas virtuais dotadas de um realismo estético bastante apreciável. Os avanços tecnológicos, não substituindo o prazer do contacto real, permitem, através da exploração das galerias virtuais, proporcionar um conhecimento bastante estimulante da arte.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Não poder “tocar com os olhos”. Alguma frustração, uma vez que é quase impossível, por várias razões, poder visitar no mundo físico tudo o que a Internet possibilita conhecer e, assim, ficar apenas pelo conhecimento virtual.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Umaz vezes, reconheço; outras vezes, não. Tudo depende do conhecimento prévio que possuímos acerca de algo que visualizamos virtualmente. Por exemplo, houve livros cujas versões cinematográficas foram mais reveladoras (como foi o caso de “O Nome da Rosa”, de Umberto Eco). Depende também do estado de espírito e da bagagem imagética que se tem no momento que se efetua essa relação com a arte digital.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

O reconhecimento depende muito da credibilidade das fontes. É certo que a dimensão que a Internet permite vislumbrar nem sempre corresponde à dimensão real dos objetos artísticos, por mais proporcionais que se apresentem no ecrã. A representação virtual nunca corresponde à representação real, desde logo porque não é o original mas uma representação.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

No caso da Rota do Românico, procuramos transmitir e divulgar todas as informações tendo em conta a integridade e o rigor científicos. Para isso existe a Comissão Científica. Toda a comunicação efetuada passa por esse crivo, quer as publicações em formato físico, quer as informações disponibilizadas na Web. No entanto, sei que nem tudo o que a Internet disponibiliza é de fonte credível. Alguns sites, como é o caso da Wikipédia, têm a preocupação de advertir o utilizador, mas outros há que não o fazem.

Admite haver uma revelação emocional originada?

A emoção é sempre diferente daquela que é originada no mundo real. No entanto, uma situação é visualizar uma imagem de algo que já tivemos um contacto emocional no mundo real, outra situação é ficarmos pelo conhecimento meramente sensorial. Há sempre um antes e um depois. Tendo em conta que a imagem virtual não substitui o objeto real representado, a emoção, neste caso, será mais um despertar de curiosidade.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Pode ser visualizado com mais tempo e pormenor. Possibilita a ampliação da imagem, caso esta tenha, obviamente, boa qualidade gráfica.

Quais as principais limitações da imagem digital?

A realidade pode ser deturpada, uma vez que a sua representação nunca é real e impele, em alguns casos, para uma perceção onde se confundem várias características, como o tamanho, o aspeto, o formato...

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Não me identifico. Para quem estudou escultura, como foi o meu caso, é difícil reconhecer, apesar do recurso à tridimensionalidade das formas digitais, as virtudes naturais dos objetos apresentados nos formatos virtuais. A arte virtual pode ser uma expressão artística, mas não é a expressão artística. A meu ver, será sempre uma arte menor.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Basicamente, é uma interação centrada na divulgação (com a preocupação de revelar as fontes e dotando a informação de credibilidade). É uma interação que permite um olhar crítico e uma partilha de conteúdos por gosto cultural. Embora esteja inserida em vários grupos em fóruns virtuais da especialidade, a minha participação nesse tipo de debates/discussões é reduzida.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, reconheço. É mais uma forma de expressão de grande potencial comunicacional. Permite, uma divulgação mais massiva da informação. No entanto, não assegura, em alguns casos, uma melhor consciencialização.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Não, totalmente. Porque a credibilidade não é, em muitos casos, um dado adquirido. Também, porque não reconheço na arte virtual qualidade artística. Hoje em dia, pelo acesso fácil que a Internet possibilita, tudo é democratizado e, neste sentido, o valor artístico torna-se relativo. A confiança é transmitida pelas obras que tenham qualidade criativa. A Internet pode deturpar isso.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Em alguns casos, sim. Depende muito dos interesses que motivam a interação. Se esta interação servir como complemento para um conhecimento maior e não se reduzir em si mesma, a sinceridade está manifesta. No mundo virtual, há sempre uma cortina, uma barreira, que torna tudo mais dúbio.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Esta interação potencia um maior contacto com o mundo e faculta uma imensa quantidade e diversidade de informação, apesar de virtual. Neste sentido, propicia o autoconhecimento através de novas revelações sobre o que há no mundo, o que de outra forma seria muito mais difícil de se obter.

Entrevista 9 (E9)

(Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais)

I – Identificação

Nome: António Cardoso Pinheiro de Carvalho

Idade: 82

Sexo: *Masculino*

Estado civil: *Casado*

Local de nascimento: *Amarante*

Local de residência: *Porto*

II – Categoria de atuação

Entidade promotora com recurso aos meios tradicionais

III – Formação Académica

Grau académico: *Doutoramento*

Área académica: *História, especialidade em História de Arte*

Ano de conclusão: *1992*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Diretor do Museu Amadeo de Souza-Cardoso / Professor Universitário Jubilado da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*

Local de trabalho: *Amarante e Porto*

Contexto profissional: *Setor público*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Essencialmente, o E-mail. Por vezes, o Youtube.

Qual a frequência da utilização?

Quase diária

Que género de arte mais consulta/divulga?

Pintura, fundamentalmente. Também, escultura, música. As artes mais tradicionais, no bom sentido da palavra.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Aceder à informação pertinente, tendo em conta uma economia de tempo.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Procuo informação de fontes o mais fidedignas possível, sabendo que existem várias limitações nestes recursos, por exemplo, o caso da Wikipédia. Tento saber a opinião de outras pessoas, de reconhecida credibilidade, de forma a elucidar-me sobre o conhecimento direto das obras. Ou seja, preocupo-me com a certificação da veracidade da informação.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Não abdicando das obras de arte em si, considero os recursos tecnológicos satisfatórios, mas apenas como complemento.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Ainda há muitas omissões quanto à aproximação à verdadeira obra de arte (à sua realidade), pelas limitações de cor, de escala, dos valores matéricos, bem como das próprias técnicas utilizadas pelo artista.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Tendo em conta a resposta anterior, relativamente aos principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos, o reconhecimento da mensagem depende da qualidade do que é apresentado digitalmente, sabendo que toda a imagem é sempre um elemento indutor para algo mais.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Sempre a montante pode haver um ponto de partida e uma fidelização à temática que, todavia, no decurso/consumação me escapa muitas vezes. A obra aberta (no sentido que refere Umberto Eco) leva sempre à inflexão de caminhos. Neste caso, não podemos descuidar o domínio técnico do usuário aquando essa experiência, tal como, ao nível tradicional, das técnicas tradicionais.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

A moral e a ética do artista levam a que seja possível separar águas, nomeadamente dentro destes ambientes técnicos.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Com as novas possibilidades digitais (ampliação do som, associação dinâmica de imagens) há uma recriação da empatia, um reforço da emoção. Neste sentido, favorecem uma reação emocional pela capacidade sensorial que permitem e pela evocação/sugestão que incitam.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Permitem uma maior divulgação da obra de arte. Provocam a vontade de apreciação e estimulam a ideia de contacto com o real.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Pode, em alguns casos, levar a uma problematização sobre uma temática e/ou influenciar o consumidor negativamente, pelo seu poder de manipulação.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Não, totalmente. Porque o virtual é sempre redutor.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Apenas como consumidor avulso. Somente como apreciador esporádico.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Há sempre uma função cultural. Depende, obviamente, do que motiva o criador, havendo sempre, inicialmente, uma sensibilização à temática.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Para já é um mero recurso. Esperemos que ganhe mais virtualidades.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Penso que é necessário estar sempre atento aos processos, explícitos ou implícitos, da manipulação.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

A interação virtual deverá ser entendida apenas como uma iniciação/provocação.

Entrevista 10 (E10)

(Entidade promotora com recurso aos meios digitais)

I – Identificação

Nome: *Elena Serebriakova*

Idade: *45*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Casada*

Local de nascimento: *Rússia*

Local de residência: *Portugal*

II – Categoria de atuação

Entidade promotora com recurso aos meios digitais

III – Formação Académica

Grau académico: *Mestrado*

Área académica: *Arte*

Ano de conclusão: *1998*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Especialista em Social Media Marketing (SMM)*

Local de trabalho: *Part-time (Domicílio, muitas vezes)*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Tumblr, В Контакте.

Qual a frequência da utilização?

Diariamente.

Que género de arte mais consultada/divulgada?

A arte contemporânea.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

O interesse, o fascínio da descoberta, a promoção mais rápida e mais ampla das criações artísticas.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Às vezes há um problema com língua (na seleção) nos outros países.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Posso ver mais as imagens, conhecer mais autores, descobrir mais as exposições no Internet.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

A qualidade gráfica diminui a capacidade de apreciar a obra.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Menos do que na vida real.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Facilidade de falsificação.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

A comunicação não presencial proporciona um ruído não humano que não permite essas condições, essencialmente, humanas.

Admite haver uma revelação emocional originada?

O virtual não consegue transmitir emoção genuína como uma obra vista no museu.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Ter a oportunidade de ver as fotos, a qualquer momento. Aumentar o tamanho da imagem.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Não posso ver a imagem em diferentes condições de iluminação e ângulo de vista diferente.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Aceito.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Escrevo a tese acadêmica sobre essa temática

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim. As redes sociais conseguem ser um veículo para promover ideologias.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Nem sempre. Nem tudo o que existe nas redes sociais existem exatamente como parece.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Não sei. As redes sociais servem também para inventar realidades e fantasias que não têm como base a sinceridade.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Ajuda o autoconhecimento, mesmo sendo um ambiente não-físico.

Entrevista 11 (E11)

(Entidade promotora com recurso aos meios digitais)

I – Identificação

Nome: *Mariana Gomes*

Idade: *24*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Solteira*

Local de nascimento: *Porto*

Local de residência: *Braga*

II – Categoria de atuação

Entidade promotora com recurso aos meios digitais

III – Formação Académica

Grau académico: *Mestrado*

Área académica: *Gestão de Serviços*

Ano de conclusão: *2013*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Gestora de Galeria de Arte*

Local de trabalho: *Shair – Project Lda.*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn.

Qual a frequência da utilização?

Diária. Várias vezes por dia.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Arte Emergente. Arte de autoria de artistas que ainda não estão estabelecidos no mercado artístico, nomeadamente pintores, escultores e fotógrafos.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Acima de tudo, o nosso objetivo é o fim comercial. Obviamente que, simultaneamente, também é dar a oportunidade de reconhecimento artístico aos novos autores que aceitamos divulgar. A divulgação virtual é sempre que possível complementada, no entanto, com exposições de carácter físico.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Preocupa-nos enquanto galeria de arte que os produtos artísticos tenham qualidade e potencial criativo dentro dos seus mais variados géneros artísticos. A Shair tem um leque de escolha bastante abrangente no sentido de poder, também, proporcionar uma oferta diversificada. Para as exposições de carácter físico existe uma preocupação de rotatividade equilibrada entre os diversos géneros artísticos (pintura, escultura, fotografia, instalações) por forma a obter uma maior representatividade da arte que divulgamos.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Sendo os recursos tecnológicos as nossas principais ferramentas de trabalho, uma vez que é através delas que encontramos novos artistas (processo de captação) e é através destes recursos (plataforma digital) que procedemos à seleção (através de votos on-

line), bem como o processo de comercialização, quer através da venda direta ou leilão. Neste sentido, a nossa satisfação é máxima.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Principalmente ao nível da captação de novos artistas. As obras divulgadas digitalmente, por vezes, não oferecem a qualidade gráfica necessária para uma apreciação e uma avaliação corretas dos trabalhos. Nada se compara à visualização “real” ou física da obra, no caso de ter sido produzida pelos métodos tradicionais, claro. Por vezes, torna-se difícil apreciar corretamente a potencialidade de uma determinada obra pelos constrangimentos que uma má resolução digital acarreta.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Sim, mas isso depende também da informação adicional que complementa a imagem da obra em causa. Desta forma, está a ser, no presente, nossa preocupação maximizar os recursos e os conteúdos da nossa plataforma digital, nomeadamente ao que concerne à informação relativa das obras disponibilizadas. A mensagem digital é sempre transmitida independentemente da forma como a obra foi inicialmente elaborada, digitalmente ou não.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Para todas as obras que vendemos, sempre que se justifique, temos um certificado de autenticidade assinado pelo próprio autor. Obviamente que, em alguns casos, esta autenticidade não pode ser assegurada, uma vez que o próprio artista assume que se trata de uma edição ilimitada. O reconhecimento da obra pressupõe a honestidade do seu criador. À partida, confiamos sempre.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Da parte da Shair, tentamos que seja sempre o mais fiel possível à mensagem idealizada e produzida pelo artista. Todas as imagens promocionais utilizadas são sempre autorizadas pelos artistas com quem trabalhamos, desta forma a integridade e plenitude da comunicação são objetivos desejados sempre que existe uma transição do web site para as Redes Sociais.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Não de igual forma como se processa no mundo real. No entanto, é possível estabelecer um processo emocional face às obras virtuais ou através da imagem digital. É de notar que os museus tradicionais já há bastante tempo que recorrem às tecnologias, deixando de ser meros espaços de contemplação presencial onde o silêncio é reinante. Cada vez mais apostam nos recursos tecnológicos e em novas organizações de espaço de forma a abarcar novas formas de arte, como o sound-art, a media art, por exemplo.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

É facilmente reproduzida. Rapidamente colocada em circulação e em partilha. Facilmente adaptável aos argumentos iniciais do artista.

Quais as principais limitações da imagem digital?

O facto de não haver limitações para a arte digital acaba por ser, por si só, a maior limitação. É cada vez mais difícil garantir a unicidade da obra de arte, apesar de algumas garantias por parte do seu criador.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica**Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?**

Sim, identificamo-nos. Trabalhamos, essencialmente, com artistas que recorrem aos processos digitais e, desta forma, é necessário haver uma identificação ideológica com as obras e os artistas com as quais trabalhamos.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Existe na nossa plataforma uma possibilidade de interação digital, através da partilha de imagens, essencialmente. Em breve, teremos um novo segmento de especialistas que terão a oportunidade de integrar nesse recurso as suas próprias apreciações/avaliações das obras, o que constitui, como informação adicional, uma maior possibilidade de elucidação para o utilizador e/ou potencial comprador.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, reconhecemos. A obra de arte produzida digitalmente terá o mesmo valor cultural/ideológico que outras qualquer obra de arte. O seu valor é intrínseco mais à mensagem que transporta do que à forma como é apresentada.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Sim, claro. Contudo, esta confiança depende da integridade de cada elemento com quem trabalhamos, direta ou indiretamente. No entanto, há que ressaltar que é necessária uma capacidade de abstração do próprio utilizador quando visualiza uma obra de arte. Por vezes, o cenário digital envolvente interfere na fruição da obra de arte, levando à perda de confiança.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Existe alguma sinceridade, como em qualquer espaço físico de exposições de arte. No entanto, através dos nossos clientes/utilizadores, apercebemo-nos, pelos inúmeros comentários que nos deixam, que há uma sinceridade na interação.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Obviamente que a Shair, ao trabalhar essencialmente com recursos tecnológicos, fomenta através da interação virtual a sua própria identidade, que pretende ser polivalente e multidisciplinar. O meio virtual potencia uma comunicação mais ampla e

mais diversa, o que permite uma constante (re) definição da imagem de marca que queremos assegurar como fator identitário.

Entrevista 12 (E12)

(Entidade promotora com recurso aos meios digitais)

I – Identificação

Nome: *Abi Feijó*

Idade: *58*

Sexo: *Masculino*

Estado civil: *Divorciado*

Local de nascimento: *Braga*

Local de residência: *Vilar do Torno e Alentém, Lousada*

II – Categoria de atuação

Entidade promotora com recurso aos meios digitais

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciatura em Arte Gráfica e Design – Escola Superior de Belas Artes do Porto (atualmente FBAUP)*

Área académica: *Design Gráfico*

Ano de conclusão: *1980*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Professor, Produtor, Realizador, Diretor de Museu*

Local de trabalho: *Vilar do Torno e Alentém, Lousada, Porto e Guimarães*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook.

Qual a frequência da utilização?

Regularmente.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Cinema de animação e pré-cinema.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Encontrar informações de conteúdo artístico e histórico, sobretudo, que auxiliem no meu ofício profissional: como docente, como produtor, como realizar e como cidadão. Existe uma diversidade muito ampla de informação disponível na Internet que não só proporciona encontrar o que inicialmente se procura como leva a novas e inesperadas descobertas.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Não sei responder em concreto. A arte é uma fonte diversificada e pode levar a uma procura diversificada também, mediante o contexto ou circunstância do interessado. As características pelas quais essa arte se apresenta (ex.: qualidade gráfica) pode ser um fator de relevância de pesquisa mais aprofundada.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Maravilhado pela quantidade de materiais disponibilizados e horrorizado pela qualidade técnica disponível. Por exemplo, no Youtube particularmente, existem disponíveis para visualização filmes essenciais sobre a história do cinema, mas com péssima qualidade de imagem.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

O peso dos ficheiros de imagem em movimento e a largura de banda, sobretudo no local onde vivo (no meio do campo). De salientar que uma má primeira experiência, devido à má qualidade de imagem de um filme, por exemplo, retire a vontade do usuário de aprofundar o seu conhecimento acerca daquela obra em particular.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Claro. Contudo, depende sempre da qualidade estética da imagem. Obviamente, depende também da cultura e bagagem de conhecimentos que o indivíduo possui quando se confronta com determinada forma de arte. De salientar que a forma como o produto artístico é apresentado ao espetador influencia a forma como o mesmo o compreende. Em muitos casos, prevalecem aproveitamentos ideológicos, ou outros interesses menos transparentes, através de manipulações propositadas por parte de quem disponibiliza os conteúdos nas Redes Sociais.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Depende, sobretudo, da questão de riqueza cultural e de bagagem de conhecimentos. A falsidade pode ser um recurso praticável patente em qualquer circunstância, seja no âmbito virtual ou não. Vejamos o caso do filme “Shattered Glass: Verdade ou Mentira”, de 2003, realizado por Billy Ray, que conta a história de jornalista de uma revista The New Republic, que inventava as histórias nos seus artigos.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Para haver integridade e plenitude na comunicação é necessário existir, essencialmente, uma boa capacidade de expressão e, acima de tudo, honestidade e seriedade de quem se expressa. No mundo virtual, como no mundo real, depende sobretudo da integridade dos intervenientes.

Admite haver uma revelação emocional originada?

A arte é direcionada às emoções, essencialmente. No caso virtual, havendo boa qualidade estética, a revelação emocional é possível, sempre de acordo com o conteúdo e riqueza cultural do público, como em qualquer outra circunstância.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

O seu acesso, logo a democratização dos meios de produção.

Quais as principais limitações da imagem digital?

A sua efemeridade. A conservação do artigo digital é mais difícil do que pelos meios tradicionais, devido à capacidade de armazenamento de informação. Para além de mais dispendiosa, a preservação digital é menos perene do que a boa preservação física da obra de arte.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Não. Embora reconheça as potencialidades dos recursos digitais e recorra frequentemente a esses meios, gosto mais de por as “mãos na massa”.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Essencialmente na promoção do museu, através de vídeos promocionais e de partilha de conteúdos de forma a dar a conhecer o património existente no espaço museológico.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, porque o digital é o reflexo da sociedade atual. A arte digital é, por vezes, mais tradicional do que a arte tradicional, pois esclarece e leva a que o artista descubra e exercite, com outras ferramentas, processos de criação muito associados à produção tradicional. O uso de certas técnicas digitais promovem, em alguns casos, um melhor entendimento do que é próprio do processo natural e físico de criar.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

É um dos reflexos da sociedade atual e como tal tem de ser forçosamente tida em consideração.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Claro que sim. Mas fica sempre dependente da sinceridade e da honestidade, bem como do património cultural, de cada um.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Motiva-me, essencialmente, a partilha e a promoção daquilo que produzo e realizo. O processo criativo é, na sua essência, um processo de autoconhecimento, independentemente da forma, das técnicas ou ferramentas escolhidas. O que está, sobretudo, em causa, é o conteúdo que se transmite, a sua mensagem. As técnicas, assim como as ideias de criação, vão seguindo o próprio desenvolvimento da criação da obra. Pela forma tradicional ou pela forma virtual, a criação vai-se adaptando às potencialidades e possibilidades existentes.

Entrevista 13 (E13)

(Apreciador/crítico de arte tradicional)

I – Identificação

Nome: *Lénia Marques*

Idade: *35*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Solteira*

Local de nascimento: *Portugal*

Local de residência: *Reino Unido*

II – Categoria de atuação

Apreciador/crítico de arte tradicional

III – Formação Académica

Grau académico: *Doutoramento*

Área académica: *Humanidades (Literatura Comparada)*

Ano de conclusão: *2007*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Docente e Investigadora*

Local de trabalho: *Bournemouth University*

Contexto profissional: *Sector público*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Twitter.

Qual a frequência da utilização?

Regular, sobretudo Facebook.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Diferentes tipos. Literatura, pintura, e especialmente arte urbana. Muitas vezes, divulgo iniciativas que considero inovadoras e que não são conhecidas do grande público (por exemplo, artes performativas ou exposições de artistas-empresendedores).

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Divulgação é o principal objetivo. Tal contribui para um reconhecimento do tipo de arte (como é o caso da arte urbana, como a “street art”) ou do (s) artista (s) (por exemplo, quando se trata de uma mostra de serigrafia e instalações). Neste segundo caso, a divulgação e reconhecimento pode contribuir a sobrevivência económica do artista que poderá assim continuar a desenvolver projetos e a evoluir na sua expressão artística.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Que eu pessoalmente reconheça algum valor (inovação, estética, etc.) ou que contribua para uma consciencialização em torno de certos tópicos, alguns relacionados diretamente com a questão artística, outros ligados mais a questões sociais.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

É uma forma relativamente fácil e rápida de utilizar.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Devido a essa facilidade e rapidez, a profundidade de reflexão, de escolha assim como a quantidade de objetos artísticos acaba por contrariar, de alguma forma, aquilo que é, para mim, um dos grandes poderes da arte – o poder de questionar e de refletir criticamente.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética**Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?**

Se compreendo bem a questão e aquilo a que se refere por mensagem da arte digital, sim.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Sim.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Depende do (s) artista (s) e de quem usa a arte (com que propósito?).

Admite haver uma revelação emocional originada?

Se por revelação emocional entendermos um tipo de arte que evoca sentimentos e “paixões”, sim.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

A imagem digital é para mim um outro meio de expressão. Vem trazer novas questões e colocar a questão antiga de “O que é a arte?”. No fundo, a fotografia foi uma revolução tecnológica, desconsiderada do mundo da arte por muitos anos. Ainda hoje se ouvem vozes afirmando que a fotografia é uma arte menor. Com o desenvolvimento da imagem digital, a questão bifurca-se e toma novos contornos pois também se expande para outros campos (design, design gráfico, “body art”, impressão 3D, jogos de computador, criação de mundos virtuais, hologramas...). A fronteira entre os mundos (digital e não-digital) é também ponto de reflexão.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Neste momento, está em evolução, pelo que a principal limitação é realmente estabelecer-se como arte – ou como uma forma de expressão de diferentes artes, ou ainda quem sabe, de uma fusão (ponto de encontro de diferentes expressões artísticas).

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Há diferentes formas de arte. Arte não tem de ser necessariamente material. Estamos num mundo em evolução e a arte, sobretudo de vanguarda, traz para primeiro plano as interrogações e novas formas ligadas a novos contextos sociais. Pessoalmente, prefiro ainda formas de arte materiais, mas é só uma preferência. A arte não tem limites.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Algo marginal, mas procura estar atenta aos desenvolvimentos.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, apesar de ser ainda difícil delimitar os campos e os impactos.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Confiança e desconfiança como a qualquer outro tipo de arte, sobretudo quando está ainda em evolução. Mas não creio que “confiança” seja uma palavra que se possa de facto aplicar neste campo. Afinal já Oscar Wilde dizia que a vida imita a arte. Por isso, se pensarmos de outra perspetiva, será que não seria então melhor perguntarmo-nos se a arte virtual terá confiança em nós?!

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Depende do que se entender por sinceridade. Se nos focarmos na interação, então quão sincera é uma interação não virtual? Lembremo-nos dos dadaístas e surrealistas, por exemplo. Ainda assim, há dois fenómenos interessantes porque opostos em termos de sinceridade da interação virtual:

- 1) *No mundo virtual, identidades podem ser recreadas, falseadas, reinventadas, esculpidas, inventadas*
- 2) *O mundo tornou-se muito pequeno – o capital reputacional é cada vez maior e torna-se difícil “escamotear” identidades (e nem mencionando questões relacionadas com “big data”)*

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Poderão ser reconhecimento, timidez, medo (de falhar, de ser julgado e apontado).

Poderão, noutra perspetiva, ser ainda facilidade (de meios, de recursos, de aprendizagem – quase numa perspetiva democrática), rapidez, hábito.

Entrevista 14 (E14)

(Apreciador/crítico de arte tradicional)

I – Identificação

Nome: *Fernando F. Vilarinho*

Idade: *42*

Sexo: *Masculino*

Estado civil: *Solteiro*

Local de nascimento: *Luanda*

Local de residência: *Porto*

II – Categoria de atuação

Apreciador/crítico de arte tradicional

III – Formação Académica

Grau académico: *Mestrado*

Área académica: *Biblioteconomia e Teologia*

Ano de conclusão: *2008*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Bibliotecário*

Local de trabalho: *Universidade do Porto*

Contexto profissional: *Sector público*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Youtube, Blogger, Flickr, Instagram.

Qual a frequência da utilização?

Maioritariamente, diária.

Que gênero de arte mais consulta/divulga?

Música, Fotografia, Vídeo, e Cinema.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Sobretudo para estar atualizado com o que é produzido e também por mero prazer lúdico.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Ver/ouvir a obra dos artistas que já conheço e admiro ou que tenham produzido mais recentemente (ou descobrir trabalhos passados que ainda não conheci), bem como através deles, ou de notícias (ou de amigos e conhecidos) conhecer a obra de outros artistas (ou projetos artísticos) até aí por mim desconhecidos. Conhecer obras que se ligam a temáticas/assuntos que me despertam interesse ou estudo.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Facilitam o acesso às obras e seu conhecimento, sobretudo no caso em que elas têm suporte físico (pintura, escultura, arquitetura, etc.), não obrigando à deslocação até ao local onde se localizam.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Não permitem, muitas vezes, aferir com muita acuidade da realidade das obras, das suas múltiplas dimensões, de pequenos detalhes/pormenores. A utilização de um suporte tecnológico pode modificar um pouco a qualidade e essência das obras, em face da qualidade e capacidade desse mesmo suporte.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Concebo que a mensagem veiculada pela arte digital é maioritariamente a mensagem veiculada pela obra que se nos apresenta em cada caso. Nesse sentido reconheço, no global, a mensagem (ou mensagens) da obra, mesmo se tiver que recorrer a outros dados e informações sobre uma dada obra, caso inicialmente não consiga compreender algumas (ou várias) dimensões da obra.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Nas diversas roupagens que uma obra pode ter, as leituras serão diferentes, necessariamente diferente da original, mas não deixam por isso de serem interessantes e suscitarem a atenção e curiosidade.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Não existe, na maior parte dos casos, mas tal como o suporte em que ela é apresentada (ou produzida) modifica a obra per si, outros fatores como o tempo, o contexto social, o contexto presencial, ou a personalidade de cada indivíduo.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Sim, a certos níveis, embora não na sua integralidade ou que seja percebidos com alguma deturpação face à origem ou criação.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

Acessibilidade, difusão, rapidez, interação, custos, e organização.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Não permitem um contacto direto com a obra. Podem alterar a obra original na sua reprodução, podem sugerir falsas realidade ou falsos entendimentos da mesma, que podem ser vantajosos para os produtores e difusores da mesma, e não tanto para os recetores e os que interagem com ela.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Nem um caso, nem outro, reconheço as potencialidades e limitações da arte virtual, e tento maximizar a minha atenção e análise para as virtualidades da mesma.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Efetuamos quase todos diariamente, através dos telemóveis, da televisão, do vídeo, no meu caso numa vertente lúdica e cultural.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, reconheço, são intrínsecas à dimensão humana, pois em último caso são produzidas, manipuladas e difundidas por seres humanos.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Sim, no sentido em que, como pessoas esclarecidas e críticas das realidades e experiências que são vivenciadas diariamente, temos na maior parte dos casos, esse sentido crítico e analítico de diferenciar os aspetos mais relevantes e importantes, dos que são menos.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

É uma sinceridade consentida, na medida em que existe sempre um jogo de aceitação e abertura das pessoas para novas realidades e para o acesso a elas em diversas vertentes e suportes de comunicação e interação, que à partida enriquecem o conhecimento humano e pessoal.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Serem um reflexo de alguns desejos e inspirações nossas, de nos patentear e descobrir elementos que nos são intrínsecos e que não tínhamos efetiva percepção, ou de nos identificarmos melhor com um movimento ou corrente social ou cultural.

Entrevista 15 (E15)

(Apreciador/crítico de arte tradicional)

I – Identificação

Nome: *Maria Filomena Gonçalves Ramos*

Idade: *56*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Divorciada*

Local de nascimento: *Lisboa*

Local de residência: *Lisboa*

II – Categoria de atuação

Apreciador/crítico de arte tradicional

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciatura*

Área académica: *Estudos Artísticos – minor em Artes e Património*

Ano de conclusão: *2012*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Quadro Superior*

Local de trabalho: *Lisboa*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Google, Instagram, Facebook.

Qual a frequência da utilização?

3 a 4 vezes por semana. Google, diariamente.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Dança, música, história da arte, cinema.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Conhecimento mais aprofundado e novas investigações.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Gosto pessoal e a veracidade das obras visualizadas.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

A comodidade e a rapidez no acesso.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

A língua.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Maioritariamente, mas nem sempre.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Sim, mas nem sempre a originalidade significa o belo.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Nem sempre.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Sim, frequentemente.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

A capacidade de transformação.

Quais as principais limitações da imagem digital?

A utilização por terceiros e o uso abusivo.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Sim, embora não seja a minha primeira escolha.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Troca de fotografias, vídeos e outros trabalhos gráficos.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, pela acessibilidade.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Sim, desde que sejam cumpridas todas as regras.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Nem sempre.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

O receio que neste ambiente virtual, onde a arte pode ser facilmente divulgada e transformada, possa, por outro lado, ser destruída ou desvirtualizada.

Entrevista 16 (E16)

(Apreciador/crítico de arte digital)

I – Identificação

Nome: *Maria Cecília de Lima Amaral Martins*

Idade: *58*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Casada*

Local de nascimento: *Luanda-Angola*

Local de residência: *Luanda*

II – Categoria de atuação

Apreciador/crítico de arte digital

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciada*

Área académica: *Artes Visuais e Estudos Artísticos*

Ano de conclusão: *2013*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Professora de Educação Visual e professora de Expressão e Educação Plástica*

Local de trabalho: *Escola Portuguesa de Luanda*

Contexto profissional: *Sectores público e privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook.

Qual a frequência da utilização?

Diária.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Pintura, escultura, têxteis, cinema, teatro, dança e literatura. Arte angolana/africana, arte livre de todos os continentes.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Conhecer, apreciar, divulgar. Recriar e ensinar alunos.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

A qualidade. O produto final num conjunto de técnicas e conteúdos.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

De referir que vivo num país onde os recursos tecnológicos ainda são muito escassos.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

Grande falta de materiais artísticos e um serviço de internet muito medíocre.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Sim. Nos dias de hoje estou mais otimista em relação à arte digital. Confesso que antes, tinha alguma dificuldade em reconhecer este género de arte.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Sem dúvida que sim.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Integridade sim, plenitude talvez não. Os recursos digitais nunca se compararão à completude de se fazer nascer as formas com as próprias mãos, sem máquinas nenhuma nem afins.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Sim. Todas as artes nos revelam emoções. A digital abarca muitos elementos e não será diferente das outras. O poder do movimento das imagens, do som e os quase infinitos recursos, a interação que suscita ao artista e ao público, pode transmitir grandes revelações, muito próximas da realidade.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

A resolução e a nitidez da imagem, a cor, a luz, o movimento e a interação entre as pessoas e as obras digitais por exemplo. Podendo até entrarmos dentro das imagens e tornarem-se cada vez mais reais.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Ser ou não ser arte. A imaterialidade destas artes digitais.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Um pouco ainda. Sou de uma era anterior às tecnologias de reprodução, aos audiovisuais...Mas gosto de aprender e experimentar as novas tecnologias.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Adoro trabalhar imagens com programas específicos, adoro trabalhar fotografias e fazer vídeos. Encantam-me trabalhos de publicidade e filmes.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim. Reconheço mas também me assusto com o que ainda está por vir...Estamos cada vez mais a perder a realidade. Se por um lado o ato da criação se ampliou, por outro lado a produção desenfreada deixou a arte em maus lençóis..., ou seja, a quantidade supera a qualidade.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Com reservas. Muito medo de tudo se tornar virtual e de já não sabermos onde começa a arte real, o mundo real.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Nem tanto. Não consigo deixar de pensar em farsas. A virtualidade acarreta um grande pendor farsante.

Assusta-me estar sentada numa mesa e ver um cantor que morreu sentado ao meu lado como se estivesse vivo...a cantar para mim.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

A facilidade com que se passeia pelo mundo sem sair de casa, ou seja, a globalização, os imensos recursos que temos para comunicar uns com os outros em tempo real, o podermos ser o que se calhar nem somos... (exposição no Facebook), a partilha e solidariedade, entre muitas outras coisas. Não esqueçamos que já se prepararam revoluções/guerras/manifestações, através de redes sociais....Incrível.

Entrevista 17 (E17)
(Apreciador/crítico de arte digital)

I – Identificação

Nome: *Sandra Sousa*

Idade: *23*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Solteira*

Local de nascimento: *Lousada*

Local de residência: *Lousada*

II – Categoria de atuação

Apreciador/crítico de arte digital

III – Formação Académica

Grau académico: *Licenciatura*

Área académica: *Ciências da Comunicação*

Ano de conclusão: *2013*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Jornalista*

Local de trabalho: *Lousada*

Contexto profissional: *Sector privado*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook, Twitter, LinkedIn.

Qual a frequência da utilização?

Todos os dias.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Fotografia, ilustração, literatura, cinema, pintura.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Conhecimento, curiosidade em saber mais, conhecer novos criadores e artistas, se calhar não tão conhecidos do grande público, e que, possivelmente, não teria visibilidade, se não fossem as redes sociais.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

O que me chama mais à atenção é o tipo de arte que utiliza o humor, seja ele mais negro ou mais soft, digamos assim... mas também aquilo que é original, “out of the box”, diferente.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

É muito satisfatória, porque é através destes recursos que tenho mais acesso a informação sobre arte, artistas, obras de arte. Ainda que não seja de uma forma presencial ou real, que obviamente daria uma outra experiência, mais vivida, mais intensa, talvez, consigo consultar o que quero e ter acesso a coisas que de outra forma talvez não teria.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

O principal constrangimento é mesmo o que referi acima. Apesar de ter um maior acesso, não passa de uma experiência virtual, que acaba por não ter o impacto que teria uma a visualização de um quadro, no museu, ou de um filme numa sala de cinema, por exemplo. É uma experiência muito fugaz, com a vontade de ver mais e mais coisas, que acaba por não ter a intensidade de uma experiência presencial.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Sim, um maior acesso, maior proximidade, no sentido de chegar a mais pessoas, sem deixar de mostrar o trabalho artístico.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

Sim. De outra forma, por exemplo, não tínhamos conhecimento de trabalhos ou artistas, que não são tão conhecidos e não têm tanta visibilidade, mas ainda assim fazem um bom trabalho.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

Não considero que haja plenitude total. Há um entendimento daquilo que é transmitido, mas a emoção acaba por ficar aquém. E emoção também faz parte da comunicação.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Sim, é a projeção de algo para alguém, logo o artista parte de alguma emoção ou motivação, mas enquanto espectador não vivemos uma emoção completa, precisamente porque é virtual. Visualizar um quadro na Internet, não nos garante uma experiência na sua totalidade como vê-lo num museu, onde marcamos presença. Aí é uma experiência real, mais vivida.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

O maior acesso, a maior divulgação.

Quais as principais limitações da imagem digital?

Uma diminuição na experiência vivida em comparação com uma imagem real. Por vezes, também há uma certa desvirtuação.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Sim, talvez por ser aquela que me é mais próxima.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

É mais no sentido da procura, alguma interação emocional, embora continue a achar que não seja plena. Acaba por ser também uma interação social.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sim, num tempo em que se caminha cada vez mais para o virtual e o tecnológico, a arte, ou qualquer outro sector, não pode ficar alheio a isso. Tem que se adaptar.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Não total, devido à tal deturpação que se pode fazer. É muito mais fácil ir buscar e utilizar aquilo que é de outro autor, podendo transformar um pouco o significado original. Se a fonte for confiável, aí o nível de confiança é maior.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Falando de arte e, mais uma vez, se a fonte for fidedigna, sim.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Informação, conhecimento, acesso a outras culturas.

Entrevista 18 (E18)

(Apreciador/crítico de arte digital)

I – Identificação

Nome: *Amália Fonseca*

Idade: *40*

Sexo: *Feminino*

Estado civil: *Divorciada*

Local de nascimento: *Champigny-Sur-Marne (França)*

Local de residência: *Guarda*

II – Categoria de atuação (assinale a negrito a opção)

Apreciador/crítico de arte digital

III – Formação Académica

Grau académico: *Doutoramento*

Área académica: *Ciências Sociais – Sociologia da Cultura*

Ano de conclusão: *2014*

IV – Situação Profissional

Profissão: *Coordenadora de um Centro Local de Aprendizagem da Universidade Aberta*

Local de trabalho: *Sabugal*

Contexto profissional: *Sector público*

V - Utilização da Arte nas Redes Sociais

Que tipo de redes sociais mais utiliza?

Facebook.

Qual a frequência da utilização?

Diária.

Que género de arte mais consulta/divulga?

Música, museus online, escrita (literatura, blogues, jornais online...), exposições, manifestações culturais locais, etc.

Quais os principais objetivos na procura/divulgação de arte?

Democratizar o acesso à arte em geral e alcançar públicos mais vastos, mais heterogéneos. Chegar mais facilmente e mais comodamente aos conteúdos artísticos.

Quais as principais preocupações na seleção da arte?

Que os meios tecnológicos não desvirtuem a essência da arte e que a sua abertura e universalização não banalizem os conteúdos artísticos. Espera-se que a seleção da arte via as Redes Sociais não seja encarada como um meio exclusivo em si, mas sempre como um complemento à apreciação da arte real.

Que satisfação obtém pelos recursos tecnológicos utilizados?

Acesso cómodo, instantâneo e gratuito, sobretudo quando se reside em contextos geográficos afastados dos grandes centros culturais. Partilha de emoções nas comunidades virtuais, com outros apreciadores da arte.

Quais os principais constrangimentos enfrentados nos recursos tecnológicos?

O contacto com a arte acaba por ser um contacto meramente virtual, que retira alguma humanização e alguma sensibilidade à nossa relação pessoal com a arte. Para além disso, só se pode falar de verdadeira democratização da arte (virtual) se todos tiverem acesso aos recursos tecnológicos de modo igualitário, o que neste momento não acontece.

VI - A Virtualização da Arte enquanto Transfiguração Imagética

Reconhece a mensagem veiculada pela arte digital?

Reconheço a sua capacidade para tentar democratizar o acesso à arte e libertá-la dos espaços físicos em que está confinada: o local é o global, mas o global também é o local. Existe ainda um fortíssimo poder das imagens, que se sobrepõe à palavra. Com a arte digital surgem, no fundo, novas dinâmicas virtuais modernas como alternativa às formas mais tradicionais de interagir.

Reconhece a originalidade da mensagem concebida?

A mensagem veiculada pela arte digital é original na medida em que transpõe as noções de espaço e de tempo (encurtamento das distâncias, nova espacialidade da arte), é evolutiva (não é estanque nem está presa a limites espaço-temporais), mistura as esferas públicas e privadas, e adapta-se aos públicos mais heterogéneos.

Considera haver integridade e plenitude da comunicação proporcionada?

A virtualização da arte surge, a meu ver, como uma linguagem universal que tenta transpor fronteiras culturais, linguísticas e geográficas; mas como é algo em constante construção e desconstrução, e não algo de finito, creio que dificilmente se pode falar em integridade ou plenitude da comunicação.

Admite haver uma revelação emocional originada?

Sem dúvida que nunca houve como hoje em dia, isto é, na era da globalização e da comunicação virtual, tamanha exposição e partilha dos afetos. Com as comunidades virtuais, redescobre-se o “estar junto” (cf. pós-modernidade de Maffesoli) e partilham-se emoções. Surgem como alternativa às formas mais tradicionais de comunicar.

Quais as principais qualidades da imagem digital?

A imagem digital, hoje em dia, assemelha-se cada vez mais ao objeto real, o que proporciona ao apreciador da arte virtual sensações e emoções bastante fortes; por exemplo, as imagens em 3D, cada vez mais usuais, transmitem a ilusão de se entrar num museu e de observar quadros como se estivéssemos presentes fisicamente.

Quais as principais limitações da imagem digital?

A imagem digital, por muito evoluída que seja, ainda não proporciona certas sensações (toque, cheiro...) essenciais na apreciação fidedigna da arte. O livro digital dificilmente irá substituir o livro em suporte papel. Além disso, existe, paralelamente a

toda essa efervescência virtual, um real isolamento do usuário, uma vez que a frieza do ecrã não tem capacidade de substituir relações pessoais.

VII - A Virtualização da Arte enquanto Duplicidade Ideológica

Identifica-se ideologicamente com a arte virtual?

Apesar de me identificar muito mais com a arte real, a banalização da arte e o aperfeiçoamento tecnológico conduz-me a uma adaptação natural à virtualização da arte, à qual reconheço enormes vantagens e comodidades.

Que tipo de interação efetua com a arte virtual?

Basicamente, sou uma “consumidora” passiva da arte virtual.

Reconhece a amplitude e o valor cultural/ideológico da arte virtual?

Sem dúvida que reconheço a magnitude e o valor cultural intrínseco da arte virtual.

Deposita e atribui confiança à arte virtual?

Sim, confio na arte virtual, mas não em detrimento da arte real. Encaro-a mais como um suplemento e uma alternativa à arte real.

Admite haver sinceridade patente na interação virtual?

Admito que haja sinceridade, mas como qualquer produto submetido à universalização e à abertura ao exterior, sofre inevitavelmente processos de mudanças, incorporações, transformações, etc., que subvertem o produto original.

Quais as principais motivações identitárias na interação virtual?

Com a virtualização da arte, passamos de identidades locais para identidades globais. O facto de a arte se tornar um produto global pode não desvirtuar a sua essência, mas tem forçosamente implicações na sua representação identitária.