

## A Estética da Comunicação e o Sublime Tecnológico

Annateresa Fabris

Ao criar em 1983, com o artista francês Fred Forest, o Movimento da Estética da Comunicação, Mario Costa apresentava-o não como uma poética, mas enquanto "uma reflexão filosófica sobre a nova condição antropológica e, conseqüentemente, sobre as novas formas de vivências estéticas instauradas pelas tecnologias comunicacionais, bem como sobre o destino reservado, nessa nova situação, às categorias estéticas tradicionais (forma, beleza, sublime, obra, gênio...)"<sup>1</sup>.

As transformações antropológicas trazidas pelas novas tecnologias podem ser enfileiradas em três categorias fundamentais: re-apresentação de coisas ou acontecimentos, que guardam seu caráter de fluxo; simulação da existência de algo que não existe e que se constitui graças à mediação dos aparatos tecnológicos; realização de novas formas de comunicação, que modificam a fenomenologia do acontecimento.<sup>2</sup>

Longe de produzir objetos ou formas, a estética da comunicação tem um campo de atuação privilegiado na experiência de um espaço-tempo dilatado pela presença das neotecnologias, que transformam o acontecimento num presente indefinido e redefinem a própria concepção de realidade.

Não é difícil perceber por essas características os elos que unem as concepções da estética da comunicação com algumas experiências das vanguardas históricas e da neovanguarda. O próprio Costa realiza um mapeamento nesse sentido, apontando

um parentesco com o futurismo, dadaísmo e Fluxus pela exploração do acontecimento; com a arte conceitual pelo fenômeno da desmaterialização; com a energia pura de Klein e o espacialismo de Fontana; com a poética da obra aberta pela interatividade a ela inerente; com a superação do circuito artístico tradicional proposto por manifestações como *happenings*, *environments*, etc.<sup>3</sup>

Se a estética da comunicação tem início em 1844 com a disputa de uma partida de xadrez via telégrafo, é inegável, no entanto, que o interesse de artistas e intelectuais pelas novas tecnologias se acentua a partir dos anos 30 de nosso século, quando o debate sobre o uso didático e artístico do rádio ganha densidade com intervenções como aquelas de Brecht e de Marinetti e Masnata.

Interessado na gestão proletária do rádio, que deveria participar de uma nova política cultural, Brecht é atento observador das transformações por ele trazidas em termos de difusão/recepção, quer por implicar um tempo real, quer por visar um resultado coletivo, até mesmo interativo:

"(...) O rádio poderia ser para a vida pública o meio de comunicação mais grandioso que se possa imaginar, um extraordinário sistema de canais, isto é, poderia sê-lo se tivesse condições não só de transmitir, mas também de receber, não só de fazer escutar algo ao ouvinte, mas também de fazê-lo falar, não de isolá-lo, mas de colocá-lo em relação com outros. (...)".<sup>4</sup>

Marinetti e Masnata, por sua vez, no manifesto *La radio*, de outubro de 1933, demonstram uma consciência aguda das possibilidades expressivas do novo meio, que permitiria pôr fim à noção unívoca de espaço e tempo, proporcionaria uma percepção descentralizada e múltipla, criaria sensações imateriais e atemporais. É por isso que afirmam que o rádio é "uma arte sem tempo, nem espaço, sem ontem e sem amanhã. A possibilidade de captar estações transmissoras colocadas em diferentes fusos horários e a falta de luz destroem as horas, o dia e a noite. A captação e a amplificação com as válvulas termo-jônicas da luz e das vozes do passado destruirão o tempo".<sup>5</sup>

Quanto à televisão, as primeiras preocupações com seu uso criativo remontam a Fontana, que, desde 1946, busca novas possibilidades para a imagem, desvinculadas do sistema tradicional das artes e enformadas pelas novas tecnologias, capazes de

replasmar a matéria e o espaço. As diversas intuições de Fontana, que chega a elaborar um projeto a ser transmitido de um aerostato, condensam-se no *Manifesto do Movimento Espacial para a Televisão* (1952): "É verdade que a arte é eterna, mas esteve sempre ligada à matéria, enquanto nós queremos que se desvincule dela e que, através do espaço, possa durar um milênio, mesmo na transmissão de um minuto".<sup>6</sup>

Os vários exemplos indicados, com exceção de Brecht, fazem parte da cronologia elaborada por Costa, que propõe pensar as novas tecnologias não como próteses do corpo humano, à maneira de McLuhan, e sim como funções separadas, como instrumentos dotados de uma lógica própria com a qual é necessário interagir para poder utilizá-los.

Ao propor um percurso, que passa pela técnica, pela tecnologia e pela neotecnologia, Mario Costa enfatiza um fenômeno que será um dos eixos centrais de *O sublime tecnológico*: o decréscimo progressivo da ideia de subjetividade, logo de autoria, e o paralelo predomínio da lógica dos instrumentos utilizados, não raro co-autores do evento.

Derrida e Nietzsche estão na base das reflexões do autor sobre a dissolução do sujeito individual e sobre o surgimento do sujeito ultra-individual, exemplificados em *O sublime tecnológico* através da fotografia e das imagens sintéticas. Se, na fotografia, é difícil não pensar nas técnicas e, portanto, no enfraquecimento da noção de autoria, a imagem sintética impõe-se de imediato como "um real em si e por si", como produto de um trabalho puramente intelectual, que nada tem a ver com o sujeito, que faz do artista um "experimentalador estético", alguém que operacionaliza e materializa paradigmas conceituais.

A redefinição do sujeito é apenas um aspecto da estética da comunicação, à qual Costa atribui um conjunto de funções, cujo objetivo é preparar o terreno para a "antropologia do futuro". Os "artistas da comunicação" (Forest, Karczmaz, Mitropoulos, Ascott, Denjean, Philippe, Anglade, entre outros) exibem um convívio otimista com a tecnologia; partilham o sentimento de uma nova unidade da espécie humana; pautam-se por um novo sentimento do espaço e do tempo, que dilata o presente e cria uma sensação de perda de lugar; buscam um novo objeto cultural, integrado simultaneamente por ciência e arte; trabalham em prol do fim das identidades culturais e da constituição

de uma cultura das hibridações, na qual a tecnologia e o arcaísmo possam vir a se encontrar e a se contaminar reciprocamente<sup>9</sup>.

Ao se expandir no espaço-tempo, o acontecimento da estética da comunicação ativa um circuito, no qual o que importa não é tanto o que é transmitido quanto a rede e as condições funcionais do intercâmbio. Um intercâmbio no qual são ativadas concomitantemente uma energia vital e uma energia artificial; no qual o que é determinante é a presença; no qual o caráter ameaçador da tecnologia se converte em *sublime tecnológico*, na possibilidade de uma socialização da produção e da fruição da sublimidade<sup>10</sup>.

Para definir o sublime tecnológico, Mario Costa lança mão da *Crítica da Faculdade do Juízo*, de Kant, na qual encontra as categorias que lhe permitem articular sua análise do impacto provocado pela imagens sintéticas e, posteriormente, pela estética da comunicação. A relação do homem com o sublime dá-se em duas fases segundo Kant: o colapso da sensibilidade diante da magnitude da natureza, impossível de ser abarcada numa só visada e incomensurável quando comparada com as dimensões do corpo humano; o ensimesmamento da imaginação que, após o primeiro recuo provocado pela imensidão da natureza, resgata a capacidade intelectual do homem, muito maior que qualquer poder exterior. Kant distingue dois tipos de sublime: o *matemático*, constituído pela experiência do objeto que não cabe nos parâmetros antropomórficos; o *dinâmico*, gerado pelo espetáculo de uma força que não cabe igualmente dentro dos padrões de medida convencionais.

Num caso e no outro, não pode haver medo, pois este introduz um interesse físico, inadequado à experiência estética postulada pelo filósofo alemão. Esse aspecto é fundamental na tarefa pedagógica que Costa atribui às novas tecnologias, pois elas se mostram capazes de domesticar a causa do espanto, transformando-a em objeto "de uma produção controlada e de um consumo socializado e repetível"<sup>11</sup>.

A essência da tecnologia, revelada pela epifania das imagens sintéticas e da estética da comunicação, se, de um lado, mortifica a imaginação com a negação das categorias artísticas tradicionais, centradas no sujeito, exalta, de outro, as capacidades da razão, que se desdobram na afirmação do dispositivo tec-

nológico. É desse duplo movimento de mortificação-exaltação que brota finalmente o sublime tecnológico, que Costa faz consistir na capacidade de superar a obra de arte em prol de "uma sublime objetividade tecnológica que tenha no hiper-sujeito sua origem e sua destinação"<sup>12</sup>.

O que o autor propõe, portanto, não é a artistificação da tecnologia nem o uso dos novos aparatos para expressar uma subjetividade que não existe mais. O que é fundamental em sua análise é detectar os momentos em que a irrupção das novas tecnologias modificou a cultura e os modos de existência da sociedade ocidental e, conseqüentemente, os dispositivos imaginários. Se algumas das conclusões de Costa podem parecer assustadoras aos defensores de uma visão humanista, talvez seja necessário lembrar que, pelo menos há dois séculos, desde o advento da Revolução Industrial, não é mais possível pensar a arte em termos tradicionais, pois tanto as afirmações quanto as negações do horizonte tecnológico são o sinal inequívoco do reconhecimento de seu caráter fundador de uma nova antropologia. Antropologia novamente em elaboração nestes dias que não podemos deixar de chamar pós-modernos, inteiramente moldados pela noção de simulacro, à qual Costa atribuiu uma série de tarefas utópicas, na tentativa de afastar qualquer suspeita de alienação e de dar por superado um momento da arte que parece não ter mais nenhuma razão de ser.

#### Notas

1. M. Costa, *L'estetica della comunicazione: cronologia e documenti*. Salerno, Palladio, 1988, p. 18.
2. *Id.*, p. 3.
3. Costa, *Technologie, production artistique et esthétique de la communication*. Paris, Art Press, (122), fév. 1988, p. 13.
4. Apud: G. Celent, *Offmedia*. Bari, Dedalo, 1977, p. 7.
5. Apud: *ibid.*, p. 11.
6. Apud: Costa, *L'estetica della comunicazione: cronologia e documenti*, op.cit., p. 12.
7. Costa, "La vocazione estetica delle nuove tecnologie", in: *Artmedia*:

*Terzo Convegno Internazionale di Estetica dei Media e della Comunicazione*. Salerno, Università degli Studi di Salerno, 1991, pp. 89-92.

8. Costa, *O sublime tecnológico*, p. 62.

9. Costa, "Estética della comunicazione e antropologia del futuro", in: *Artemedia: Rassegna Internazionale di Estetica de Video e della Comunicazione*. Salerno, Opera Universitaria di Salerno, 1985, p. 129-130.

10. Costa, "Per un'estetica delle nuove tecnologie", in: *L'estetica della comunicazione*. Salerno, Palladio, 1987, p. 11.

11. Costa, *O sublime tecnológico*, p. 47.

12. Costa, "La vocazione estetica delle nuove tecnologie", *op.cit.*, p. 92.

## O SUBLIME TECNOLÓGICO

*Nota geral do tradutor*

Agradeço aos profs. Carlos Arthur Ribeiro do Nascimento (mestre e amigo), Jeanne Marie Gagnebin, Philadelpho Menezes e Salma Tannus Muchail, pelas valiosas sugestões, das quais preservo, contudo, toda a responsabilidade sobre as soluções obtidas.

## Premissa

É minha opinião que o advento de tecnologias como o daguerreótipo (1839), o telefone (1877), o fonógrafo (1878) abriu uma nova época do estético, que está amadurecendo no tempo em que estamos vivendo.

A produção e a conservação tecnológicas das imagens e dos sons e a comunicação a distância provocam nos domínios da arte algumas transformações profundas e um movimento de aceleração que dela consome e exaure todos os possíveis modos de ser<sup>1</sup>.

Mas as tecnologias indicadas não apenas provocaram e deram início a um processo de corrosão da essência da arte, liquidando teoricamente o seu direito à existência: elas a um só tempo determinaram e encaminharam um movimento de superação que, da arte, conduz à produção e à fruição socializadas do *sublime*, naquelas formas tornadas possíveis pelas atuais tecnologias, as quais pensei em poder indicar como *sublime tecnológico*.

As neotecnologias comunicacionais (circuitos televisivos *in live*, redes telemáticas, *slow-scan* TV e telefax, tecnologias de satélite...) e as tecnologias de síntese (das imagens, dos sons, das formas plásticas...) são as *mídias* desta dimensão do *sublime tecnológico* as quais se