

PERSEGUINDO O CONCEITO DO OLHAR EDUCADO: OS CAMINHOS DA VIDEOARTE NO INSTAGRAM

Allex Rodrigo Medrado Araújo,

UnB e Centro Universitário Estácio de Brasília, Brasil

allexmeteora@hotmail.com

RESUMO

Este texto empreende na busca de desvendar/construir/ o conceito do olhar educado dentro de uma perspectiva contemporânea que aloca o sujeito e as imagens em um espaço-tempo diluído, cibercultural. As experiências imagéticas cotidianas são agora instagradas, apropriadas, geolocalizadas, virtualizadas, ubíquas e interativas e que reconfigura as esferas da Mídia-Arte. Nesse contexto a epistemologia da Cultura Visual segue como uma ferramenta que entrecruza e costura esse conceito e alarga os sentidos. O objetivo do artigo é apresentar ideias e uma conjuntura que esboce os caminhos da videoarte dentro do instagram traçando uma linha de fuga entre o conceito de olhar educado para as novas mídias digitais através da abordagem da cultura visual.

Palavras-chave: Olhar educado; cultura visual; cibercultura; instagram; videoarte

1. INTRODUÇÃO

Novos dispositivos comunicacionais foram sendo (re)inventados, novas caixas pretas, máquinas do ver e apropriações e experimentações com outras áreas são deslindadas nesse percurso. De que forma as imagens do mundo, das obras de arte, dos filmes, da publicidade, dos livros, da nossa cultura e de nós mesmos transitam pelos nossos olhos e afetam ou transmitem informações sociais, códigos culturais, políticos, econômicos?

Para Flusser, o vídeo é uma memória dialógica, e o videomaker, um sujeito fenomenológico, como estabelecer uma identidade para o videoartista, que transita entra a comunicação e a arte? E mais, na contemporaneidade o *lócus* artístico e comunicacional se dilui a cada dia que se avança o discurso/poética/vida nas redes sociais digitais em que cada sujeito possui uma multiplicidade de ferramentas para interação e criação, desfragmentando as fronteiras comuns da arte e de outras áreas, tornando um caos uma doce poesia, um universo distópico.

Este texto faz parte dos primeiros passos do ingresso no Programa de Pós-Graduação em Arte da Universidade de Brasília, neste ano de 2017, sendo um esboço para uma pesquisa que avançará no doutorado e que se inquieta com a construção de um conceito de olhar educado dentro da área de ingresso sobre a perspectiva da Cultura Visual, enquanto epistemologia, e cerceado pelas problemáticas da *cibercultura*, ambiente estético-midiático ampliado.

As redes sociais digitais e os aparatos tecnológicos de visibilidade estão formatando outras e diferentes formas de expressão na contemporaneidade e que altera o percurso da sociedade e sua produção de visualidades. Nesse contexto é válido ressaltar que há também uma reconfiguração das disciplinas do olhar, e claro uma reconfiguração da noção de olhar educado.

A perspectiva da cultura visual em relação ao olhar educado considera “que as imagens e outras representações visuais são portadoras e mediadoras de significados e posições discursivas que contribuem para pensar o mundo e para pensarmos nós mesmos como sujeitos” (Hernandez, 2011, p. 33). O olhar educado nas/para as redes sociais digitais é um conceito que busca responder a maneira como os processos de produção, articulação, distribuição nos espaços digitais reconstrói todo um legado das disciplinas do olhar.

Para isso o escopo terá como objeto de breve análise a videoarte na rede social digital *instagram* e uma quantidade de perfis dividida entre àqueles sujeitos que utilizaram a *hashtag* – que é a palavra-chave precedida da cerquilha (#) e utilizada para identificar e auxiliar no compartilhamento de conteúdo nas redes – videoarte na descrição de seus perfis.

A videoarte surge em meados dos anos sessenta e setenta e explode nos anos oitenta, devido, talvez, a apropriação de artista à meios de comunicação, transformando essas mídias em espaço criativos, com propósitos que vão além de comunicar, mas de expressar, desterritorializar. Então a proposta inicial deste artigo é trazer uma breve análise desta expressão que se mistura entre arte e comunicação à uma conjuntura que se pauta pelas questões da cibercultura, que tem entre outras características de inteligência coletiva, apropriação e democratização de conteúdo, ou seja, uma potencialização dos “propósitos” da videoarte de outrora.

2. NOS PERCALÇOS DAS VIRADAS CULTURAIS

Martin Jay (1998) apontou como uma era essencialmente ocularcêntrica, ou seja, o sentido da visão como sentido mestre da era moderna. Daí vale pensar nas principais criações do século voltadas para este sentido, do mimeógrafo para mídia impressa, dos aparatos fotográficos ao cinema.

“É difícil negar que o visual tenha sido dominante na cultura ocidental de uma maneira muito diversa. Se pensarmos na metáfora filosófica sobre o “espelho da natureza”, de Richard Rorty, ou enfatizarmos a prevalência da “vigilância” com Michel Foucault ou, ainda, expressarmos nosso desgosto com a “sociedade do espetáculo” de Guy Debord, nós nos depararemos, repetidamente, com a ubiqüidade da visão como mestre da era moderna. (Jay, 1988, p.25)”

Não há mais a imagem que o mundo faz, mas o contrário, o “mundo feito imagens” e as mídias são responsáveis por dar luz a esta proliferação de imagens, imagens com certa organização social. Como um cardápio de imagens, enquadrando, regulando, normatizando e educando nosso olhar, daí por diante nossos saberes, conhecimentos, teorias, conceitos.

“Não é o fato de termos um poderoso modelo das representações visuais que estaria ditando os termos da teoria cultural, mas sim que as imagens constituem um ponto de peculiar fricção e desconforto junto a uma larga faixa de questionamentos intelectuais. A imagem agora goza de um *status* localizado em algum ponto entre aquilo que Thomas Khun chamou de “paradigma” e uma anomalia, emergindo como um tópico central de discussão nas ciências humanas do mesmo modo que a língua o fez: ou seja, como um tipo de modelo ou figura para outras coisas [...], e como um problema não solucionado, talvez até mesmo como objeto de sua própria “ciência”, aquilo que Panofsky chamou de “Iconologia” (Mitchell, 2005, p. 13)”.

Ampliando um pouco esse prisma acima, no compasso dos pensamentos sobre a pós-modernidade e hipermodernidade alguns autores (Jean Baudrillard, 2008; Lipovetski, 2004) trazem para lauda do conhecimento e da experiência as problematizações das mudanças sociais pautadas pela *cibermassificação* e a individualização dos processos.

Os anos sessenta deflagraram uma série de alterações do espaço público e privado e conseqüentemente dos regimes do sensível, da produção de conhecimento e das práticas discursivas. Temos em termos sociais e econômicos um desmoronamento dos projetos ideológicos e revolucionários que abrem lugar para pequenas rupturas na sociedade que repercutem nos processos simbólicos e de produção de subjetividade, tais como uma cultura neo-individualista com características marcantes como o hedonismo, o lazer e o consumo, em tempo e espaço diluídos numa dinâmica aprisionante.

Outras características como o cenário telemático que envolve outros padrões para as visualidades com dispositivos e aparatos modificam a relação entre produção e consumo de conteúdos. Há uma troca em redes que possibilitam reconfigurar os espaços sacros de visibilidades das imagens, bem como, inclusive, o uso de mídias de massa para uma maior expressão desse sujeito atual. As redes sociais digitais potencializam e diversificam diversas situações do cotidiano num volume nunca visto antes.

“Vivemos hoje numa dessas épocas de crise das antigas ordens de representações e dos saberes e, mais profundamente, de uma grande complexidade em relação às formas de produção de subjetividade. Nenhuma reflexão séria sobre o devir da cultura contemporânea pode deixar de constatar que existe uma enorme multitude de sistemas maquinais, em particular a mídia eletrônica e a informática, que incidem sobre todas as formas de produção de enunciados, imagens, pensamentos e afetos (Parente, 1993, p.14)”.

Toda essa mudança latente é denominada por entre outros autores, Pierre Levy, em um espaço, o ciberespaço, que não é considerado um meio e sim um metameio (Levy, 2000, p. 64) que agrega, conjuga e muta as linguagens, atuando também na evolução cultural.

Interessante como Pierre Levy pontua o metameio, cyberespaço, pela confluência de todos outros meios e pensar que ainda estamos em ebulição querendo saber “o que as imagens querem”, referenciando aqui o livro de Mitchell (2005) que entre outras discussões revela essa virada pictórica que vivemos, potencializada pelas imagens técnicas e o ciberespaço.

Através das redes sociais digitais não apenas conseguimos conexões em tempo real, como também aproximam e refletem temporalidades históricas distintas, com um potencial dialógico entre diversas culturas, construindo relações interculturais de reconhecimento, respeito, solidariedade entre o tradicional e o moderno. Outro fato a ser considerado é a sinergia entre as redes presenciais e as redes virtuais. Graças ao advento tecnológico e a sincronia dos dispositivos móveis, a conectividade e a interatividade do sujeito e seu olhar vivem hoje um momento da virada pictórica que transverte a espacialidade, a temporalidade e a sociabilidade, somos ubíquos.

A principal fonte de conteúdo do ciberespaço - Internet, hoje, está nas chamadas mídias sociais, aqui utilizo as redes sociais digitais, que como o próprio nome diz, são mídias em que o conteúdo é eminentemente de caráter pessoa-pessoa, isto é, não existe uma relação institucional do conteúdo. As redes sociais digitais desconstroem, então, o princípio básico do conhecimento: conteúdos que, somados a outros e reinterpretados, formam conhecimento.

Estas mídias possuem um papel aproximador de pessoas, e, mesmo que outras correntes alertam dentro de um discurso mais distópica, o que pretendo ressaltar é que já há uma mudança na percepção e na construção de discurso e nas relações de saberes e poderes como nunca visto antes. “Ao fazerem uso das novas tecnologias midiáticas, os artistas expandiram o campo das artes para as interfaces com o desenho industrial, a publicidade, o cinema, a televisão, a moda, as subculturas jovens, o vídeo, a computação gráfica etc” (Santaella, 2005, p. 14).

As redes sociais digitais e toda e qualquer forma de troca de dados na Internet são hoje a prova viva de que a população se habituou a marcar presença nela, seja com uma foto, um vídeo ou uma simples mensagem de bom dia. Percebe-se também a

necessidade de receber *feedback*, de estar sempre sendo curtido e compartilhado. Santaella (2005) evidencia que a disponibilidade e acessibilidade das tecnologias se responsabilizam pelo desenvolvimento da artemídia, comunicação informacional, audiovisual, *transmedia*, etc.

3. O OLHAR EDUCADO, A CULTURA VISUAL E O CONTEXTO DA CIBERCULTURA

“Quando abro meus olhos vejo um arsenal de imagens. O mesmo acontece quando fecho meus olhos: minha imaginação e meus pensamentos são também bombardeados com potência equivalente ao que ocorre quando estou com os olhos abertos. Percebo coisas que aprendi a catalogar e separar: isto são pessoas, isto são móveis, isto é natureza, animais, isto é tela de TV, isto é um filme, isto é alguém falando no ouvido de outro alguém, isto é arte, aquilo não o é. (Medrado, 2012, p. 66)”.

Desta forma iniciei a escrita do capítulo sobre o olhar educado na minha dissertação de mestrado defendida no ano de 2012 no Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual da Universidade de Goiás (UFG). Hoje percebo que aquelas eram palavras ainda gagas, com vontade de potências e cheias de lacunas, pelos quais pretendo preencher a partir deste projeto. De lá até aqui as inquietações continuam, contudo há um certo receio ao adentrar outro universo que envolve o olhar, cultura visual e tecnologia, sendo mais preciso o universo das redes sociais digitais.

Os textos da cultura visual legitimam uma pluralidade de imagens, vozes, sujeitos, contextos que contribuem para reflexões, ações e experimentações diversas. Imanol Aguirre (2011), por exemplo, se afina com os pensamentos de Rancière e atribui uma missão educativa que cabe “supor para a cultura visual não consistir tanto em evidenciar relações de poder, mas na provocação de rupturas nas configurações dos espaços e tempos do ver e do dizer” (Aguirre, 2011, p. 73).

A dinâmica que envolve as imagens e seus processos de mediação aqui localizados nas acepções de autores da cultura visual (Hernandez, 2000, 2011; Martins, 2009; Martins; Tourinho, 2011; Nascimento, 2011; Charréu, 2011; Filho, 2011) corroboram com aquilo que Pierre Levy (1999) vai pontuar sobre a cibercultura como expressão da construção de um laço social fundado sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. “O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato” (LEVY, 1999, p. 130).

Os sujeitos detêm forças e espectros de poder que negociam e resistem a significados dominantes, além de inventar outros significados e potencializar as linguagens, e o principal significado do ciberespaço é a interconexão geral de tudo em tempo real, a concretização do espaço virtual onde as formas culturais e lingüísticas estão vivas.

O olhar educado funda a noção de que nossas interações com o mundo e nossas interações a partir de práticas discursivas que são condicionadas em uma matriz da qual, muitas vezes, não podemos escapar. Em contrapartida, aproprio-me da expressão “*olhar educado*”, compreendendo-a a partir de interações, promoções de trocas e intercâmbios de experiências. A cultura visual contribui para alargar o espaço fundado de leituras de uma noção mais reducionista do olhar educado, pensando-o a partir dos escapes, das resistências, das linhas de fuga, e buscando dessacralizar noções normatizadas (Medrado, 2012).

Em contraposição e contraditoriamente complementar ao posicionamento de que o olhar se educa a partir de uma série de disciplinas do olhar como a história da arte, a semiótica, a psicanálise, a estética da imagem, a perspectiva etc estão imbricados nesse sistema a partir também dos modos de visualização legitimados historicamente

“Desta maneira, a escola ou o museu se articulam como lugares simbólicos que ensinam a disciplinar o olhar (para ver ‘bem’ o que ‘deve’ ser visto) e que outorgam, como moeda de câmbio e recompensa à submissão disciplinar, o gozo derivado de decifrar o ‘enigma’ associado ao poder ‘ver’ além da superfície do que se vê. (Hernandez, 2011, p. 35)”.

O que está em jogo agora é este olhar educado envolto de outras tecnologias, tais como artefatos sem fios, dispositivos móveis digitais interconectados. A virada pictórica a que dizia Mitchell e a crítica de Martin Jay sobre os regimes escópicos estão alargados por uma fluidez entre uma sociedade da informação, midiática e conectada em rede, em que tudo se resume ao código binário. A ordem cultural dos significados, das representações determina também, ou se interdependem, a tecnologia. Santaella (2003) se aproxima dos autores da Cultura Visual nesse quesito ao focar como “a cultura midiática é responsável pela ampliação dos mercados culturais e pela expansão e criação de novos hábitos no consumo de cultura (Santaella, 2003, p. 59), nesse quesito estão separados apenas ao entender modos de subjetivação de uma cultura que

“(…) são as conexões entre produções culturais e a compreensão que cada pessoa, os diferentes grupos (culturais, sociais, etc.) elaboram. Trata-se, em suma, de ir além de “o quê” (são coisas, as experiências, as versões) e começar-se a estabelecer os “porquês” dessas representações, o que as tornou possíveis, aquilo que mostram e o que excluem, os valores que consagram, etc. (Hernandez, 2000, p. 49)”.

Onde estou se estou em toda parte? Indagação de Paul Virilio (1998) que pode servir de analogia ao poder de uma nova demanda tecnológica e o olhar. Seria um “olhar educado atípico” fazendo alusão ao termo de Massimo Di Felice (2009) pensando no olhar que só é possível na interação com a tecnologia das redes sociais digitais e os mundos virtuais, ou seja, uma interação técnica mediada por interfaces.

Para Dias (2015; 2010) o olhar “seria então guardar a vista, uma espécie de visão aguçada que deseja capturar o fugaz (...), tomar conta, dar atenção”, as redes sociais digitais, desta maneira, potencializam o olhar, performatizam, inscrevem outra dinâmica a própria memória e o deixam ao mesmo tempo inerte e capaz de movimentar de forma não-linear os modos de ver, produzir e ser, já que a rede nos desabona a utilização da nossa mente-memória.

Deste ponto, podemos então fazer convergências de áreas e pensamentos nesta trama que muitos autores se apropriam de cibercultura, e convido para lauda desse conhecimento a assertiva de André Lemos, em que

“a cibercultura potencializa aquilo que é próprio de toda dinâmica cultural, a saber o compartilhamento, a distribuição, a cooperação, a apropriação dos bens simbólicos. Não existe propriedade privada no campo da cultura já que esta se constitui por intercruzamentos e mútuas influências (Lemos, 2004, p. 11)”.

Essa trama entre a cultura, o sujeito e os sentidos, que se forma na relação com a imagem e com processos educativos, se dá em instâncias e intensidades diferentes, em multiplicidades de significados, e o também através dessa outra dinâmica cultural do ciberespaço. A transformação tecnológica acompanha esse processo, até porque os processos históricos e culturais estão interligados com a tecnologia, e “a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades, sempre em um processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial tecnológico”. (Castells, 1999: 26).

“O modo como vemos depende de como fomos educados por nossa família, nossos professores, imagens que vemos na televisão, imagens projetadas no cinema, na publicidade, nos museus, nos supermercados, no trabalho e nas mais diversas formas de se relacionar com as imagens do mundo e das pessoas (Medrado, 2012, p. 67)”.

Para Didi-Hubermam o ato de ver não é o ato de uma máquina de perceber o real enquanto composto de evidências tautológicas, é “sempre inquietar o ver, em seu ato, em seu sujeito. Ver é sempre uma operação de sujeito, portanto uma operação fendida, inquieta, agitada, aberta” (Didi-Hubermam, 2010, p.77). Há uma preocupação em buscar produzir significados a partir do que já nos foi ensinado. Assim, “o que nos leva a explorar as fontes das quais se nutre não apenas nossa maneira olhar/ver, mas significados que fazemos nossos, e que formam parte de outros relatos e referências culturais” (Hernandez, 2011, p. 34).

Há imagens que vejo de modo diferente em diferentes lugares. Posso me relacionar com a mesma imagem de diferentes formas em diferentes lugares e em diferentes tempos. As redes sociais digitais possibilitam que esse arsenal imagético provoque para além de um olhar educado, um olhar geolocalizado, geoprocessado, controlado, modelizado virtualmente o que torna mais materializado um processo de estetização do cotidiano e uma totalização da visibilidade para virtualização do mundo.

Autores como Santaella (2003; 2005), Douglas Kellner (2001), Featherstone (1995), Lipovetski (2004), Lemos (2008), concentram suas críticas acerca dessa demanda de uma cultura midiática hipermodernizada e de uma sociedade que consome signos nos seus mais variados regimes semióticos e escópicos. Nesse contexto as redes sociais digitais são resultado de ciberativismo, são intencionais, transcendem as fronteiras físicas dos territórios geográficos. Criam territórios virtuais, através de sua configuração por afinidades políticas, culturais ou ideológicas, é fragmentada, hipertextual, reúne diversidade de mídias e linguagens, o que impacta nas relações do sujeito, seu olhar educado e a experiência imagética.

Essas dinâmicas de visibilização que envolvem as performances dos sujeitos são caracterizadas pela conectividade, a ubiquidade e elasticidade do tempo e espaço e faz com que estes mesmos sujeitos enfrentem um desejo de se auto afirmarem a cada instante de forma midiática.

“Diferentemente do espaço renascentista, o espaço de fluxo, para usar uma expressão de Castells (2000), coloca em xeque a noção de lugar e de contigüidade física, instaurando noções como a de ubiquidade inerente a uma lógica de fluxos de informação. Por outro lado, a aceleração tecnológica parece colocar em foco a instantaneidade do tempo presente: tempo sem tempo, que rompe com uma visão linear, irreversível, mensurável e previsível do tempo. sem tempo, que rompe com uma visão linear, irreversível, mensurável e previsível do tempo. (Arantes, 2007, p. 505)”.

O que está em jogo é como e porquê o sujeito nessa conjuntura a partir do seu dispositivo móvel produz imagens, as vê, produz seus discursos e buscam representar seus cotidianos, os espaços através de um repositório digital de imagens, em que também estas pessoas se relacionam, trocam experiências, antropomorfizam, dão volume e criam tantas narrativas.

O espaço do *instagram* é esta rede social digital centrada em imagens que media e oportuniza um espetáculo imagético, com relatos pessoais, com exposições de artistas, com pesquisas acadêmicas sobre comportamentos, espaços e tempos a partir de imagens etc. Na seara dos autores citados acima que versam sobre uma conjuntura hedonista, superficializada, pornográfica e diluída em tantos discursos faz com que o sujeito entre numa agonia e vazio mediante necessidades impostas, numa modulação irrefreável de criar inúmeras identidades à seus perfis que destrambelha um sentido organizacional.

Essa comunicação universal, a que se refere Castells (2000), possibilita exposição de emoções, afetos, memórias, fotografias, vídeos, imagens de artes, grafites, pixos, endereços, rastros de coisas, notícias, performances, ruas, becos todos ali, circunferenciados pelas *tags* e outras possibilidades de mediações dessa base tecnológica interconectada.

O espaço digital intervém discursivamente e é praticado como tal. O ato político e expressivo do sujeito contemporâneo de apertar botões, de inventar perfis, construir narrativas através de imagens, de se supervalorizar, de se autoflagelizar com ima-

gens, revela toda uma possibilidade de desenredar outra perspectiva do olhar educado na cultura visual. As pequenas telas móveis dos celulares dá um outro tom para o olhar e para construção de sentidos que damos a cidade, as imagens da arte, das comunicações.

A categoria da reciprocidade das redes sociais digitais tem sido úteis nas relações sociais do cotidiano local, as relações de poder não são explicitadas, ocultando-se a hierarquização como normalidade do social, mas podem converter-se em resistência a intervenções externas sobre o seu cotidiano. Mas seria pueril e irresponsável tal informação, já que se observarmos as dinâmicas do Instagram, por exemplo, podemos ver quesitos como quantidade de posts, seguidores, tipo de conteúdo massificado, sem criticidade que dialogam com questões de opressão e hierarquização, e a rede não fica não democrática assim.

Essa breve revisão literária que envolve os autores das áreas de imagem e tecnologia, cultura visual, cibercultura e mídias digitais é um pretexto para forjar a construção de um conceito de olhar educado para as dinâmicas do digital, o que auxiliará na pesquisa para entender a fluidez do campo, território informacional, cultura e imagético.

4. A VIDEOARTE NO INSTAGRAM

Além da problemática de postular uma linguagem videográfica, a videoarte não possui uma história definida. Mas desde a produção das câmeras *portapak* em série e sua facilidade de acesso por consumidores comuns (artistas), em meados de 1960, podemos perceber a utilização e experimentação do vídeo num contexto em que o cinema já se questionava. As práticas da *nouvelle vague* francesa, do neorealismo italiano, cinema novo no Brasil, e o cinema *underground* dos EUA potencializaram uma movimentação de artistas. As primeiras práticas videográficas já exploravam elementos de linguagem que eram pouco utilizados nos canais televisivos.

No seu texto *Por uma estética da imagem do vídeo*, Dubois (2004) defende a poética do vídeo é “um sistema de imagens tecnológicas que sempre teve problemas de identidade: o vídeo, esta “antiga última tecnologia”, que parece menos um meio em si do que um intermediário, ou mesmo um intermédio, tanto em um **plano histórico e econômico** (o vídeo surgiu entre cinema, que o precedeu, e a imagem infográfica, que logo o superou e alijou, como se ele nunca tivesse passado de um parêntese frágil, transitório e marginal entre dois universos de imagens fortes e decisivos) quanto em um **plano técnico (o vídeo pertence à imagem eletrônica, embora a sua seja ainda analógica) ou estético (ele se movimenta entre a ficção e o real, entre o filme e a televisão, entre arte e comunicação etc)**. Os únicos terrenos em que foi verdadeiramente explorado em si mesmo, em suas formas e modalidades explícitas, foram os artistas (a videoarte) e o da intimidade singular (o vídeo familiar ou vídeo privado)” (Dubois, 2004, p. 69) grifo nosso.

Kátia Maciel utiliza o termo *Transcinema* “para definir uma imagem que gera ou cria uma nova construção de espaço-tempo cinematográfico, em que a presença do participante ativa a trama desenvolvida” (Maciel, 2009, p. 17). Nessa esteira acho legítimo cruzar o pensamento de Dubois (1994) com Maciel (2009) para se localizar o espaço da videoarte enquanto imagens que (des)legitimam antes de tudo qualidade plástica, estética e formal da imagem, numa busca por experimentações e expressões contra-hegemônicas.

Da mesma forma, Machado (1993) afirma que as imagens videográficas não são mais expressões de uma geometria, mas de uma geologia, ou seja, de uma inscrição do tempo no espaço. No entanto, Dubois acredita que só podemos pensar o vídeo seriamente como um “estado”, estado do olhar e do visível, maneira de ser da imagem. Para o autor, o “vídeo não é um objeto (algo em si, um corpo próprio), mas um estado. Um estado da imagem (em geral). Um estado-imagem, uma forma que pensa. O vídeo pensa (ou permite pensar) o que as imagens são (ou fazem). (2004, p. 23).

Neste instante acho válido ressaltar, como elemento contextual do trabalho, a questão da cibercultura planetária, conceito desenvolvido por André Lemos (2004) que chama atenção para conjunto de processos tecnológicos, midiáticos e sociais que convergem com os processos de convergência das telecomunicação, da informática e da sociabilidade contracultural.

Na cultura das mídias, a que Lúcia Santaella (2003) se refere, temos um ingresso separado, personalizado de várias formas, dispositivos e meios que comunicam e auxiliam na transferência de informações e iniciam um processo de empoderamento e autonomia, do rarefeiteamento da hierarquização dos processos produção e distribuição.

A videoarte, como pensado por diversos autores, é um elemento que transita entre a arte e a comunicação (Dubois, 2004), ou seja, entre o processo criativo e o potencial criativo do vídeo e o contexto cibercultural possibilita uma massificação e uma descaracterização de um *ethos* já contraversivo do videoartista, ou mesmo do *videomaker*. O que é arriscado afirmar que no contexto do Instagram, e pela possibilidade de todos construírem narrativas poéticas, amadoras, cotidianas etc, todos sujeitos-avatars são capazes, ou são artistas, videoartistas, performtizam e dão outros sentidos as imagens do mundo e localizam nas ruas, exposições, paredes, galerias do Instagram.

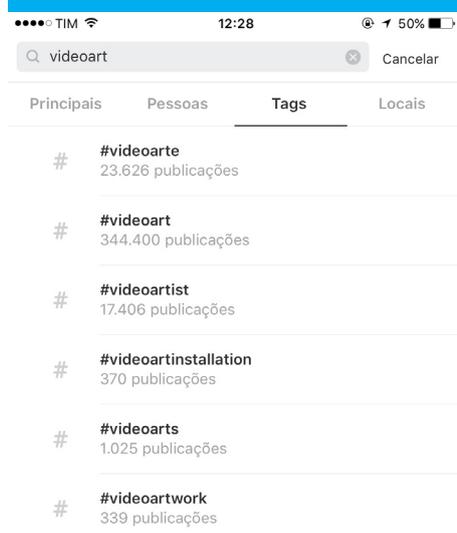
O que seria bastante forçado afirmar que, mas até crível, dentro de uma lógica esboçada aqui, temos hoje – com o advento tecnológico, a cultura de *gadgets*, o barateamento e acesso a dispositivos móveis, a exarcebação das telas e das câmeras nesses dispositivos móveis, à características e impactos de uma sociedade do espetáculo e do consumo – um sujeito-comum hedonista, diluído em superficialidades, com um vazio informacional, devido inclusive a uma profusão ágil e instantânea de informações e conteúdos “upados” em milésimos de segundos e, por fim, com capacidade produtiva de um videomaker/videoartista.

Esse sujeito viu no início dos anos 2000 as empresas de tecnologia de dispositivos móveis, os celulares, disponibilizaram no mercado os primeiros aparelhos com a tecnologia de câmeras fotográficas e videográficas. Logicamente que em termos conjunturais potencializou o início de um cenário que vemos hoje, por exemplo, com a expansão dos repositórios de vídeo *on demand*, como o *youtube*, e a diversificação de funções das redes sociais digitais, como as *lives* no *facebook*, e o universo das histórias dos perfis do *instagram* e da possibilidade, no início de inserir pequenos vídeos nas *timelines* dos usuários. Não é trivial dizer que a linguagem audiovisual é a grande vedete da sociedade contemporânea, para além de mimetizar, ela constrói e legitima as narrativas do cotidiano e travestem de realidade e ubiquidade o sujeito-avatar das redes sociais digitais.

O que se tem hoje é um discurso de apropriação, de (re)invenção do pastiche, dentro de uma estética do amador e do espetáculo. As fronteiras entre o que determina ser um sujeito-artista, um sujeito-comunicador foram performatizadas por esse olhar educado para o digital que potencializa e transmuta todos em todos, do especialista a categorias massificadas, massificantes. É um avesso do domínio hierarquizante, quando todos “podem”, ou percebem-se como seres “atuantes”, produtores de conteúdo por essa demanda de um olhar que se educa para os meios digitais, para essas imagens virtuais, que são a realidade de um mundo binário, programado, especulado, simulado e performatizado.

Como breve objeto de análise temos a videoarte no instagram, o qual foi digitada a palavra no dia de 9 de julho 2017, na busca do aplicativo. Para os resultados que se seguem foram consideradas as palavras “videoarte” e “videoart”, no último caso temos quantidade maior de publicações, devido claro ao alcance da língua inglesa.

Figura 1: busca no aplicativo instagram pela tag videoart



Fonte: Instagram, em 9/7/2017.

Como podemos perceber, há um número de *tags* razoavelmente baixo para os padrões de milhares da internet e suas redes sociais digitais. Contudo se pensarmos em termos da junção da palavra “vídeo” e “arte” que dentro das áreas de conhecimento aqui estudadas é um campo muito específico e de acesso especializado, produzido e utilizado basicamente por pessoas que tem esse conhecimento.

Há uma corrente que pensa o fenômeno da videoarte iniciando com a expansão das artes plásticas e da reapropriação dos processos industriais, no acúmulo de experiências com o audiovisual e o cinema (Machado, 2007), nas suas inúmeras bitolas. O que posso perceber é que o movimento tem se mostrado nas telas do instagram, como uma forma de potencializar o movimento artístico e de lembrar outros artistas da história da videoarte, como, por exemplo, o Nam June Paik.

O que pude refletir ao ver cerca de 50 vídeos é que há uma apropriação do aparato da câmera, que talvez pode ser em sua maioria de celulares, para conteúdos diversos. Há aqui, no universo do instagram, uma diversidade de vídeos que utilizam da hashtag “videoart” e “videoarte” que trazem imagens com conteúdo de expressões artísticas tais como processos de desenhos, com manipulação do tempo da imagem, exemplos de arte digital, com efeitos em 2D e 3D, vídeos de pessoas grafitando, luzes de refletores piscando, videobooks com poesias, vídeos de exposições de artistas na rua ou em galerias, performances visuais etc.

Por outro lado, há também vídeos de trailers de filmes, filmetes de convite para exposições, pessoas brincando, crianças se maquiando, jogando games, vídeos com cunho sexual, vídeos com experimentos ecológicos, com receitas e preparos de pratos culinários etc. O que se pode notar também que a tag “videoart” ou “videoarte” soma-se a tantas outras na maioria das postagens, palavras correlatas a questão da arte, como “videoinstalação”, “art”, “artista”. E outras tags que dialogam com os perfis das pessoas, com o conteúdo, tal qual “nudes”, “food”. Nesses números as tags não necessariamente estão no texto do post do vídeo, mas nos comentários de outros usuários na publicação, que nomeiam como “art” ou “videoart”, o que fragmenta bastante essa busca e a intitulação de videoarte.

Figura 2: resultado de publicações pela tag "videoarte"



Fonte: Instagram, em 9/7/2017.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa vontade/ desejo de produção imagética, seja de imagens paradas e em movimento se dá por conta dessa demanda atual, de uma cultura mediada por imagens, espetáculos, hedonismos que aos poucos, desde da década de noventa vem moldando, educando nosso olhar.

“Numa cultura em que a meta-linguagem vai se tornando um aprendizado de massas e que Alice atravessou o espelho, percebemos uma pedagogia dos dispositivos que vai evidenciando a performance, os meios de construção da subjetividade, e explicitando a imagem como construto. Onde somos “imagem entre imagens” se construindo, experimentando o mundo de muitos lugares, tornados interfaces, mediadores ou ainda figuras do controle. Podemos sublinhar duas dinâmicas complementares na constituição das estéticas da comunicação ou da chamada mídia-arte. De um lado **o devir midiático das artes, quando a arte contemporânea se apropria dos meios e dispositivos para extrair deles seu potencial estético**, incorporando ou subvertendo-os em proposições artísticas (instalações, performances, ambientes multisensorias, etc). De outro, **um devir estético das mídias, com a desterritorialização e circulação das imagens, que migram para os mais diferentes suportes, criando um cinema- mundo ou mídia-mundo**. (Bentes, 2006, p. 10)” grifo nosso.

Nessa trama entre proposta aqui vale relembrar o texto “A genealogia do (não) artista, de Frederico Gomes (2006) que atenta sobre uma produção e vivência artística fora da sociabilidade da arte, que acabam agindo fora dos conceitos cristalizadores que hierarquizam a prática artística. As redes sociais digitais possui algumas marcas que também alteram essa relação do sistema arte e confabula com uma perspectiva midiática que contribui com as diluições dessas fronteiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIRRE, I. Cultura visual, política da estética e educação emancipadora. *In*: MARTINS, R.; TOURINHO, I. (Org.). **Educação da cultura visual: conceitos e contextos**. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Portugal: edições 70, 2008, p. 68.
- BENTES, Ivana. **Mídia-Arte: Estéticas da Comunicação e Modelos Teóricos**. XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 28, 2005, Uerj, Rio de Janeiro, em 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1984-1.pdf>. Acesso em 28 de junho de 2017.
- CHARRÉU, L. Cultura visual: rupturas com inércias e ignorâncias curriculares. *In*: MARTINS, R.; TOURINHO, I. (Org.). **Educação da cultura visual: conceitos e contextos**. 1. ed. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995. v. 1.
- DIAS, Karina. **Entre visão e invisão: paisagem (por uma experiência da paisagem no cotidiano)**. Brasília: Ed. Programa de Pós-graduação, Universidade de Brasília, 2010.
- DIDI-HUBERMAN, GEORGES. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Ed. 34, 2010. 260p.
- DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: CosacNaify, 2004. p.69-115.
- FILHO, A. V. A utopia íntima da educação na ‘cidade-tudo’: cultura visual e a formação em artes visuais. *In*: MARTINS, R.; TOURINHO, I. (Org.). **Educação da cultura visual: conceitos e contextos**. 1. ed. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011.
- GOMES, Frederico. A genealogia do (não)-artista. *In*: Glória Ferreira (org.), **Crítica de Arte no Brasil: Temáticas Contemporâneas**. RJ: FUNARTE, 2006. (pp. 169-72).

- HERNANDEZ, F. **Cultura visual, mudança educativa e projeto de trabalho**. Tradução Jussara Haubert Rodrigues. Porto Alegre: Artmed, 2000. 261 p.
- A cultura visual como um convite à deslocalização do olhar e ao reposicionamento do sujeito. *In*: MARTINS, R.; TOURINHO, I. (Org.). **Educação da cultura visual: conceitos e contextos**. 1. ed. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011.
- JAY, M. Regimes escópicos da modernidade. *In*: FOSTER, H. (Ed.). **Visionant Visuality**. Seattle: Bay Press, 1988.
- LEMOS, André. Mídias locativas e territórios informacionais. *In*: SANTAELLA, L; ARANTES, P. (eds.). **Estéticas tecnológicas. Novos modos de sentir**. São Paulo. Editora PUC-SP, 2008.
- **Cibercultura, cultura e identidade**. Em direção a uma “cultura Copyleft”? Contemporânea, Vol. 2, nº.2, p 9-22, dez, 2004.
- LÉVY, P. **O ciberespaço como um passo metaevolutivo**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia • Porto Alegre • nº 13 • dezembro 2000 • semestral. Revista de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RS.
- Lévy, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34. 1999.
- MARTINS, R. A cultura visual e a construção social da arte, da imagem e das práticas do ver. *In*: OLIVEIRA, M. (Org.). **Arte, educação e cultura**. Santa Maria: Editora da UFSM, 2007.
- Narrativas visuais: imagens, visualidades e experiência educativa. **Imagens em deslocamento: educação e visibilidade**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arte da UnB. v. 8, n. 1, 2009.
- MEDRADO, A. **Entre artistas, cineastas e sujeitos desviantes: A questão do olhar educado**. 2012. Dissertação (Mestrado em Cultura Visual) – Goiânia: UFG, 2012.
- MITCHELL, W. J. T. **What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images**. Chicago: University of Chicago, 2005.
- PARENTE, A. (Org.). **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo: Eixo experimental; Editora 34, 2005.
- SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**. 4a. ed. São Paulo: Experimento, 1992 [2003].
- **Os espaços líquidos da cibermídia**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação. 2005. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/26/27>. Acesso em: 03 abril 2017.
- Virilio, Paul. **A Bomba Informática**. São Paulo, Estação da Liberdade, 1998.

CURRÍCULO

Allex Rodrigo Medrado Araújo

Doutorando no programa de Pós-Graduação em Arte na Universidade de Brasília curta-metragista brasileiro, professor de Cinema e Mídias digitais, com mestrado em Cultura Visual pela UFG (Universidade de Goiânia / Brasil), graduação em Tecnologia em Produção Audiovisual. Membro e fundador da Associação cultura Intermedia Caliandra, um grupo de cineastas de Brasília / Brasil. Atualmente é produtor audiovisual da Universidade de Brasília. Desenvolve pesquisa na área de Cultura da imagem e processos de mediação.