

ARTE, ESTÉTICA E COMUNICAÇÃO: NOVAS POSSIBILIDADES DE INTERAÇÃO E COMPARTILHAMENTO NA PÓS-MODERNIDADE

RAFAEL FAGUNDES CAVALHEIRO¹; MIRELA RIBEIRO MEIRA²

¹Rafael Fagundes Cavalheiro – rafaelfcava@gmail.com

²Mirela Ribeiro Meira – mirelameira@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O que é comunicação? O que é experiência estética? O que é o saber sensível? Como as noções de experiência estética, sob uma visão relacional e/ou pragmática podem contribuir para os fenômenos comunicativos e contemporâneos? Como conceber a experiência estética como uma das dimensões constituídas do campo comunicacional? Como novos regimes de visibilidade convocam a experiência dos sujeitos e, até que ponto, tornam-se uma experiência..um saber..? Quais experimentações estéticas fundam novas formas de sociabilidade e sensibilidade em ambientes mercadológicos e tecnológicos?

Diante da necessidade de compreender o caminho do conhecimento acadêmico construído pela pesquisa, descortinou-se uma possibilidade legítima de buscar um diálogo no cotidiano. Confrontar produtos do senso comum como as especulações, as opiniões e os conhecimentos empíricos- “achismos”- com o pensamento acadêmico (científico) nos pareceu a melhor forma de estruturar argumentações e sustentar a presença da comunicação e da estética em um lugar privilegiado na contemporaneidade. Porém, longe de encontrar respostas, busca-se entendimento, diálogo, amplitude.

Seja através da arte, da filosofia, da comunicação ou do design, a estética sempre foi discutida e rediscutida em seus parâmetros históricos e culturais. No entanto, a pluralidade de abordagens também ampliou sua significação, ultrapassando a conceituação do *belo* e mantendo uma relação de cumplicidade com contemporaneidade.

Considerando que a estética está ligada diretamente com percepção e sensação e levando em conta que o meio influencia a produção/compartilhamento de criações artísticas, torna-se importante estudar como os meios de comunicação ascendentes e as novas possibilidades de interação transformam os pontos de contato entre arte e sujeito.

No contexto citado mostra-se relevante tecer considerações buscando compreender um novo contexto experimental e interativo, constituído pela ampliação do leque de sensações e impressões estéticas. Neste, surgem as novas paisagens/espaços contemporâneos de inserção da arte. Possibilidades estas associadas a interlocuções que propõem-se a criação não apenas emissões imagéticas, mas experiências de fruição de sistemas hipermidiáticos¹ e de novas experiências sinestésicas espaciais.

É assim que, no trilhar do caminho da construção, compreende-se o problema central que originou nosso percurso: **Como a comunicação na pós-modernidade, através da arte, interativa e experimental, transforma a experiência estética contemporânea?**

2. METODOLOGIA

Para nortear o estudo proposto neste trabalho, optamos pela Sociologia Compreensiva como método de busca para compreender os cenários contemporâneos de experiência estética em novos espaços/paisagens. Esta necessita de uma *Razão Sensível* que compreenda os fenômenos de dentro, circunscrevendo-os, traçando-lhes o contorno, antes *a-presentando do que representando*.

Segundo Michel Maffesoli (2010), é uma forma de abordagem do real na pós-modernidade que trata de uma verdadeira revolução em nossas maneiras de pensar, pois a sensibilidade teórica dominante, e isso sem fazer qualquer distinção entre tendências, é indubitavelmente a prática da *suspeição*. O fundamento da Sociologia Compreensiva é a ideia de trajeto, de relativismo, não de opinião do sujeito. Para tanto, utilizaremos como base os pressupostos teóricos apresentados por Maffesoli em “O conhecimento comum” (2010).

A análise qualitativa é mais indicada para estudos de caráter descritivo e que buscam a compreensão do fenômeno como um todo, em sua complexidade. Assim, adotamos esta abordagem por ser pertinente e estar em sintonia com nossa proposta de estudo e de uma abordagem exploratória.

¹ A hipermídia é um desenvolvimento do hipertexto, designando a narrativa com alto grau de interconexão, a informação vinculada (...) Pense na hipermídia como uma coletânea de mensagens elásticas que podem ser esticadas ou encolhidas de acordo com as ações do leitor. As ideias podem ser abertas ou analisadas com múltiplos níveis de detalhamento.(NEGROPONTE, 1995, p.66)

No presente trabalho utilizaremos a Pesquisa Documental e o Estudo de Caso, além da Pesquisa Bibliográfica, essencial para abordagem e exploração dos conceitos chaves da investigação. Desta forma, a presente pesquisa se apresenta como: exploratória, qualitativa, bibliográfica, documental e através de estudo de caso. Os resultados irão proporcionar a busca de padrões ou a discussão de tendências ou relações implícitas.

Para a realização deste estudo, foi selecionado um objeto para análise, o qual julgamos representativo dentre o problema central da presente pesquisa e apresentando-se como proposta a identificação de espaços chamados de *não formais*. Caracterizado como uma fusão de bar, restaurante, galeria de arte e espaço cultural, o Madre Mia declara-se como “resto-arte”. Retratando a Cultura Latina através da gastronomia e da música, o espaço utiliza de obras de diversos artistas com a finalidade de proporcionar novas experiências e estimular os sentidos – “alimentar a alma”.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao traçarmos um paralelo entre o processo de criação e compartilhamento das obras de arte e as mensagens emitidas pelos meios de comunicação, é possível refletir sobre a mudança de comportamentos. Através de Eco (2003), vemos que a necessidade da interação do indivíduo contemporâneo com a obra de arte se assemelha à interatividade exercida hoje nos meios de comunicação. A passividade dos receptores, defendida por alguns autores da área de comunicação, agora apresentam papéis mais ativos no processo. Não mais absorvem a ideia, mas buscam uma recepção crítica e um envolvimento.

Mesmo na afirmação de uma arte da vitalidade, da ação, do gesto, da matéria triunfante, da completa casualidade, estabelece-se uma dialética ineliminável entre obra e abertura de suas leituras. Uma obra é aberta enquanto permanece obra, além deste limite tem-se a abertura como ruído." (ECO, 2003, p. 171)

A comunicação é fundamental nas sociedades, integrando as atividades cotidianas dos indivíduos. Os meios não apenas promovem interações interpessoais, mas viabilizam novos conhecimentos, disponibilizando na sociedade um conjunto de materiais simbólicos. Neste sentido, são significativos no processo de circulação de saberes, de trocas de informações, de transmissão

e apropriação de conhecimentos, de formas de viver e de se expressar, interferindo na formação dos indivíduos, reconstruindo diariamente, opiniões, percepções e desejos.

4. CONCLUSÕES

Os meios de comunicação são fundamentais nas sociedades contemporâneas, integrando as atividades cotidianas dos indivíduos. Os meios não apenas promovem interações interpessoais, mas viabilizam novos conhecimentos, disponibilizando na sociedade um conjunto de materiais simbólicos. Neste sentido, são significativos no processo de circulação de saberes, de trocas de informações, de transmissão e apropriação de conhecimentos, de formas de viver e de se expressar, interferindo na formação dos indivíduos, reconstruindo diariamente, opiniões, percepções e desejos.

Este trabalho é parte da pesquisa de dissertação do autor, dentro do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Mestrado, da UFPel. Desta forma, ainda em construção, a pesquisa além de analisar a cultura visual contemporânea também objetiva discutir a importância dos re-significados da imagem e de seus diferentes recursos para o diálogo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

- ECO, Umberto. **Obra aberta**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- MAFFESOLI, M.. **O Conhecimento comum**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- VALVERDE. Monclar. Comunicação e experiência estética. BRUNO. L; GUIMARÃES. C; MENDONÇA. C; (orgs.). **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte, MG, Autêntica, 2010. P-57-71