

Artigos





Em busca da “aura” perdida

In search of the lost “aura”

Eduardo Yoshio Nunomura

Mestrando em Estudos de Meios e Produção Midiática das Ciências da Comunicação, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), São Paulo, SP - Brasil, e-mail: nunomura@usp.br

Resumo

No contexto do ciberespaço, o autêntico e o original de uma obra de arte ganham outros significados e valores, os objetos criados dentro e fora dele podem ser reproduzidos instantânea e infinitamente. Se o valor de exposição passa a ter muito mais importância do que seu valor de culto, quanto mais uma produção artística circular, maior será o seu reconhecimento enquanto tal. É o fim absoluto da “aura” como conceituou Walter Benjamin? Se não, o que poderia vir a ser o seu paralelo nesse ambiente virtual, onde todos se tornam produtores e receptores culturais? Este artigo procura aproximar a teoria de Benjamin com o mundo digital contemporâneo, propiciando uma leitura diferenciada para o ciberespaço.

Palavras-chave: Aura. Ciberespaço. Reprodutibilidade. Cultura. Obra de arte.

Abstract

In the context of the cyberspace, the authentic and the original of a work of art assume other meanings and values, objects created within and outside of it can be reproduced infinitely and instantaneously. If the value of exhibition begins to take over the value of cult, the more an artistic production floats, greater will be its acknowledgement as such. Is that the point of no return to the concept of “aura” as conceived by Walter Benjamin? If not, what could be its parallel in virtual environment era, where everyone can be a cultural producer and receiver? This article looks forward to approximating Benjamin’s theory with our contemporary digital world, providing a differentiated reading of the cyberspace.

Keywords: Aura. Cyberspace. Reproducibility. Culture. Work of art.

Introdução

A cada semana, *sites* e *blogs*, programas de tevês e até rádios destacam os vídeos mais populares na internet. Em redes sociais como Facebook, Twitter, Orkut, YouTube, MySpace e Tumblr, milhões de pessoas divulgam para seus amigos e conhecidos o que consideram ser “interessante” na rede mundial de computadores. Nesse mundo de indicações altruísticas, o que importa é repassar a informação, qualquer informação, para frente. Vale de tudo: uma música, um filme, uma fotografia, um texto, um desenho ou o endereço eletrônico que abrirá as portas para um museu virtual e suas pinturas famosas. Enfim, por tudo entende-se o que pode ser convertido em *bits* que trafeguem pelo ciberespaço, sejam recodificados em qualquer parte do planeta e se torne passível de ser considerado “interessante”.

É difícil acompanhar tantas indicações e, embora elas acabem por nos trazer algum alento, distração ou relaxamento, acabamos por ficar sufocados simplesmente por faltar tempo para usufruir de tudo o que nos chega pelo ciberespaço. Não obstante, se, por outro lado, deparamos com algo que valha a pena ser compartilhado, por que não indicar para outras pessoas? Por trás da ânsia de dividir informação, está o princípio de que os objetos do ciberespaço são feitos para circular e se multiplicar o máximo possível. O ciberespaço já nasce num contexto de eliminação completa da ideia de autenticidade e originalidade. Tudo pode ser reproduzido instantaneamente, multiplicado infinitas vezes e, acima de tudo, deve estar sempre disponível.

Autenticidade e originalidade eram dois temas caros a Walter Benjamin, filósofo, ensaísta e crítico literário alemão, frequentemente associado como sendo um personagem central da Escola de Frankfurt, perseguido pelo nazismo e que se suicidou aos 48 anos sem recolher nenhuma glória de seus pensamentos que influenciaram e influenciam até hoje os estudiosos. Benjamin já dizia que “em sua *Essência*, a obra de arte sempre foi reprodutível”, enquanto “a reprodução técnica da obra de arte representa um processo novo, que se vem desenvolvendo na história intermitentemente, através de saltos separados por longos intervalos, mas com intensidade crescente” (BENJAMIN, 1996, p. 166). Hoje, a reprodutibilidade da obra de arte atende pelos

comandos “Ctrl_C” e “Ctrl_V”, “recortar e colar”, de um computador pessoal.

Restringindo o campo de análise deste artigo para produções que fazem do ciberespaço seu locus de atuação, difusão e exposição, é preciso diferenciar, inicialmente, que hoje há duas realidades para uma obra de arte. Se for uma escultura ou uma pintura, por exemplo, ela foi por certo criada fisicamente, portanto fora do contexto das novas mídias. Resguarda sua “aura”, o seu valor de objeto original, mas que, tal como Benjamin via acontecer com a fotografia ou o cinema no início do século XX, vai perdendo-a conforme é reproduzida à exaustão pelas vias tecnológicas ou por qualquer outra técnica. Já se esse objeto foi concebido dentro do meio digital, o que pressupõe que sua materialidade começa e se encerra em um arquivo de computador, não há como creditar a ele um valor aurático, *strito sensu*, como concebeu o filósofo alemão.

A aura, segundo Benjamin

Em seu clássico ensaio “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”, Walter Benjamin trabalha com os conceitos da autenticidade, do valor de culto e da unicidade. Com uma raiz nas orientações teóricas marxista e freudiana, o filósofo alemão oscila entre o otimismo e um certo ceticismo para explicar as grandes transformações decorrentes da modernidade capitalista. E o faz dialeticamente para mostrar que a reprodução em série de objetos contribui diretamente para a destruição do caráter único da obra de arte, ao mesmo tempo em que permite a sua massificação, ampliando enormemente o universo de receptores dos bens culturais. Nunca é demais sublinhar como o autor definiu “aura”: “É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (BENJAMIN, 1996, p. 170). Ou seja, as tecnologias modernas de reprodução artística seriam incapazes de preservar o valor de culto. Mais que isso, elas emancipam a obra de arte desse valor ritualístico, em que era dado a poucos o direito de admirá-la.

O ensaio foi publicado em 1936 na *Revista de Pesquisa Social*, do Instituto de Pesquisas Sociais (Escola de Frankfurt). Desde então, gerou inúmeras

interpretações que vão desde leituras marxistas do potencial revolucionário da reprodutibilidade da obra de arte, por mudar a reação das massas diante da cultura, até análises da natureza totalitária dos meios de comunicação de massas, destacando-se nesse campo estudos de Theodor Adorno, Max Horkheimer, Guy Debord e Marshall McLuhan.

Adorno contrapôs a essa visão otimista de Benjamin com sua análise de que o mundo era colonizado e, como tal, a arte corria o risco da alienação. Para ele, cujo pessimismo sobre o destino da cultura na sociedade de massas já foi amplamente documentado, as técnicas modernas nada mais eram do que recursos do artista e a reprodutibilidade da obra atenderia somente a essa necessidade de consumo da cultura¹.

Adorno chama a atenção para uma certa impossibilidade de uma obra ser pura e simplesmente aurática no contexto de predomínio de mercadorias culturais industrialmente produzidas. A insistência do comparecimento da aura nesses construtos por definição inauráticos, por um lado, e a obsessão por sua recuperação nas obras de arte que ainda existem são dois aspectos diferentes do mesmo fenômeno: a perda da substancialidade da cultura no mundo administrado (DUARTE, 2003, p. 114).

Em suma, se a tendência é acabar prevalecendo o predomínio das mercadorias culturais e mesmo que não resulte no extermínio das obras de arte, estas procurarão formas de coexistência com o sistema dominante. “Essa, aliás, é a versão adorniana para o surgimento das correntes de vanguarda que, como o dadaísmo, por exemplo, procuram conscientemente aproximar sua expressão artística do limite daquilo que não é arte”, diz Duarte (2003, p. 114-115).

A ausência da aura, segundo o ciberespaço

Intérpretes do mundo virtual, do ciberespaço, da sociedade em rede e da cibercultura praticamente dão um salto temporal nas discussões

propostas por Benjamin e passam a adotar um discurso em que conceitos como “aura”, autenticidade e unicidade perdem sentido. A realidade é a reprodução *ad infinitum* das obras de arte criadas dentro e fora do universo digital. O filósofo Pierre Lévy serve de exemplo. Em “Cibercultura”, o autor chega a dizer que “O engenheiro de mundos surge, então, como o grande artista do século XXI” (LÉVY, 1999, p. 145). Por engenheiro de mundos, ele cita “Tim Berners-Lee e todos aqueles que programaram as interfaces que nos permitem navegar na Web”, assim como programadores, criadores de videogames e artistas que exploram essas plataformas:

Tanto quanto as obras dos engenheiros de mundos, os mundos virtuais multiparticipantes são criações coletivas de seus exploradores. Os testemunhos artísticos da cibercultura são obras-fluxo, obras-processo, ou mesmo obras-acontecimento poucas adequadas ao armazenamento e à conservação. Enfim, no ciberespaço, cada mundo virtual encontra-se potencialmente ligado a todos os outros, engloba-os e é contido por eles de acordo com uma topologia paradoxal, entrelaçando o interior e o exterior (LÉVY, 1999, p. 147).

Manovich (2009) entende que, no ciberespaço há bilhões de objetos artísticos e centenas de milhares de produtores ou agentes culturais, o que torna impossível elaborar teorias a partir de um olhar sobre conjuntos limitados de dados como, por exemplo, focar os estudos só na Renascença italiana ou no cinema de Hollywood. O mundo hoje nos leva a seguir a produção artística de dezenas de milhares de cidades e instituições espalhadas pelos continentes, um universo muito mais complexo. O autor trabalha com a hipótese de que a década de 1920 foi o período mais rico culturalmente da História, no qual artistas e *designers* inventaram linguagens e técnicas de comunicação com influências duradouras. Isso valeria para a tipografia, a cinematografia e a fotomontagem. Quatro décadas depois, teria havido um segundo apogeu cultural, em que se deve ressaltar “a participação ativa do público, a obra de arte antes como processo temporal do que como objeto fixo, a obra de arte como sistema aberto” (MANOVICH, 2005, p. 47). Ele vê

¹ Importante ressaltar que os estudos de Adorno se referiam à música e os de Benjamin, à arte plástica e ao cinema.

ainda paralelos entre a arte minimalista dos anos 1960 e a lógica da programação de computadores, alterando a relação entre arte e tecnologia.

Como resultado, essas próprias tecnologias tornaram-se as maiores obras de arte de hoje. O maior texto de hipertexto é a própria internet, porque ela é mais complexa, imprevisível e dinâmica do que qualquer romance que pudesse ser escrito por um autor humano individual, até mesmo Joyce. A maior obra interativa é a própria interface homem-máquina. [...] O maior filme de vanguarda é um software como o *Final Cut* ou o *AfterEffects*, que contêm as possibilidades de combinação de milhares de trilhas separadas em um filme individual, além de estabelecer várias relações entre todas essas trilhas diferentes (MANOVICH, 2005, p. 49-50).

Benjamin exemplificava com o cinema de sua época os caminhos possíveis para o que chamou de “refuncionalização da arte”. Na pré-história, graças ao valor de culto, a produção artística se importou tão somente com o fato de que as imagens a serviço da magia existissem, e não que fossem vistas. Já na era da reprodutibilidade, funções inteiramente novas estariam sendo concebidas para a obra de arte, inclusive a ‘artística’, mas que esta “talvez se revele mais tarde como secundária” (BENJAMIN, 1996, p. 173). Lévy e Manovich parecem dizer que a relevância artística nos dias de hoje está para a magia nos tempos dos objetos auráticos. Ou seja, as criações são até menos importantes do que o conjunto delas que, somadas, concebem uma nova realidade diversificada e complexa dentro do ciberespaço. Isso justificaria as visões entusiasmadas da tecnologia em si, como se estivéssemos a dizer que se não há “aura”, mas temos no seu lugar o algoritmo (o conjunto de comandos codificados e interpretados pelas máquinas que realizam as tarefas).

O pensamento do sociólogo francês Jean Baudrillard permite-nos avançar nessa discussão. Crítico de um mundo transformado pelas tecnologias e organizado como uma sociedade da informação, o autor afirma que a concepção do real foi submergida pelos modelos da realidade. Numa era de simulacros, de repetições sem originais, ele afirma que desapareceu a própria oposição entre original e cópia. No seu entender, a era serial e da reprodução técnica não só possuiria menor envergadura, se comparada à fase

anterior, a época clássica que vai da Renascença à Revolução Industrial, como já estaria superada pelo mundo regido por códigos. Baudrillard afirma que ao fim do processo de reprodutibilidade o real não é mais o que pode ser reproduzido, mas “o que é sempre já reproduzido”, hiper-real, portanto.

É nesse momento em que a arte entra em sua reprodução indefinida: tudo o que se duplica em si mesmo, mesmo a realidade cotidiana e banal, cai ao mesmo tempo sob o signo da arte e se torna estético. O mesmo acontece com a produção, de que se pode dizer que entra hoje nessa duplicação estética, nessa fase em que, expulsando todo conteúdo e toda finalidade, ela se torna de alguma maneira abstrata e figurativa. Exprime, então, a forma pura da produção, ela mesma assume, como a arte, valor de finalidade sem fim. A arte e a indústria podem então trocar os seus signos: a arte pode tornar-se máquina reprodutora sem cessar de ser arte, pois a máquina não passa de signo (BAUDRILLARD, 1996, p. 98).

Importante ponderar que o ciberespaço permite uma revolução na comunicação, mas não dita o conteúdo e o efeito das mensagens que nele transitam. A criação artística e sua reprodução não dependem das novas técnicas para sobreviver, mas ganhou uma autonomia de produção impossível de ser imaginada décadas atrás.

Aura às avessas?

Mesmo com Benjamin tendo falado especificamente sobre o cinema, ao projetar que as “transformações sociais muitas vezes imperceptíveis acarretam mudanças na estrutura da recepção, que serão mais tarde utilizadas pelas novas formas de arte” (BENJAMIN, 1996, p. 185), não seria de todo incorreto imaginarmos que a produção das obras de arte no ciberespaço vive esse momento, em que receptor e produtor podem ser qualquer um com acesso ao mundo digital. Um objeto é criado, recriado, alterado, copiado, transformado, adulterado e totalmente modificado por intermédio de programas de computadores que respondem a algoritmos.

O YouTube, o canal de vídeos mais popular do mundo com mais de 3 bilhões de acessos diários,

recebe 48 horas de produções por minuto criados por usuários e empresas². A empresa foi criada em 2005 e se tornou, dentro do ciberespaço, uma Babel cinematográfica com produções em diversos idiomas. Criadores das várias artes usam a plataforma para expor suas obras, notadamente da música, do teatro, do cinema e da tevê. Nem tudo, é claro, pode ser referenciado como produção artística. Mas o que acontece quando o próprio *site* motiva a interação entre seus usuários para criar um filme? O projeto *Life in a Day*³ buscou retratar o dia 24 de julho de 2011 a partir do envio de filmes feitos por qualquer pessoa que quisesse participar. O cineasta Ridley Scott recebeu 80 mil vídeos de mais de 190 países, criando uma obra de intenso processo de “recortar e colar”. Cabe a pergunta: quem é autor, quem é o público? Era o que Benjamin já questionava:

Hoje em dia, raros são os europeus inseridos no processo de trabalho que em princípio não tenham uma ocasião qualquer para publicar um episódio de sua vida profissional, uma reclamação ou uma reportagem. Com isso a diferença essencial entre autor e público está a ponto de desaparecer. Ela se transforma numa diferença funcional e contingente. A cada instante, o leitor está pronto a converter-se num escritor. Num processo de trabalho cada vez mais especializado, cada indivíduo se torna bem ou mal um perito em algum setor, mesmo que seja num pequeno comércio, e como tal pode ter acesso à condição de autor. O mundo do trabalho toma a palavra (BENJAMIN, 1996, p. 184).

Castells (1999) defende que a nova mídia criou audiências segmentadas e, embora sejam numerosas, ela não reforçou o surgimento de uma audiência homogênea de massas. Mais que isso, parte considerável das comunicações que acontecem em rede é espontânea não organizada e diversificada em finalidade e adesão. E essas comunicações são, por excelência, multimídias, o que implica no fim da separação entre mídia audiovisual e mídia impressa,

entre a cultura popular e a erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão. “Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da mais elitista à mais popular, vêm juntas nesse universo digital que liga, em um supertexto histórico gigantesco, as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa” defende o sociólogo espanhol (CASTELLS, 1999, p. 458).

Hoje, a lista das corporações mais ricas do planeta é composta de nomes como Google, Yahoo e Microsoft e não mais por Exxon, GM, GE. As marcas do século XXI, YouTube, Twitter, Facebook, MySpace e Google se tornaram a fonte de informação de muitas empresas jornalísticas, tema de reportagens e análises diárias delas, e também os principais veículos de divulgação de conteúdos, artísticos ou não, para qualquer pessoa. Isso é decorrente de uma sociedade da informação que está mais ativa do que nunca, produzindo conteúdo para ser exposto e compartilhado. Segundo um estudo recente do IDC⁴, nada menos que “75% do universo digital é criado por indivíduos”. E esse “universo digital” compreende 1,8 trilhão de *gigabytes* presentes em 500 quadrilhões de arquivos. Nessa miríade informacional, em que é impossível distinguir a boa da má informação, ferramentas estão sendo desenvolvidas para analisar os chamados “metadados”, que são os dados sobre os dados. É por meio deles que as pessoas chegam ao conteúdo que desejam, uma vez que os metadados usam como regras a quantidade de indicações de uma obra, se ela possui mais correlação com uma fonte original da informação (a outrora autenticidade de Benjamin?) ou ainda por direcionamentos artificiais criados por algoritmos que estabelecem critérios nada objetivos do que deve aparecer em primeiro lugar num *site* de busca⁵.

Harvey (1992) vê o mundo “na era da reprodução eletrônica e dos bancos de imagem” baseado na circulação do capital, em que impera um sistema organizado de produção e consumo mediado por divisões do trabalho e arranjos de *marketing* sofisticados. Prevaleceria, nesse cenário, a junção de produtores gananciosos, interessados somente na

² Segundo informações do blog do YouTube (<http://youtube-global.blogspot.com/2011/05/thanks-youtube-community-for-two-big.html>)

³ Página especial do projeto em <http://www.youtube.com/lifeinaday>.

⁴ O estudo é “The 2011 Digital Universe Study: Extracting Value from Chaos”, da empresa IDC Disponível em: <<http://www.emc.com/collateral/demos/microsites/emc-digital-universe-2011/index.htm>>. acesso em: 31 de julho de 2011.

⁵ Uma empresa pode, por exemplo, criar um *site* para divulgar um produto e inserir metadados dentro de seu conteúdo de tal forma que esse endereço seja um dos primeiros a ser encontrado no ciberespaço.

valoração dos objetos artísticos, com “os consumidores relativamente afluentes, eles mesmos parte da massa cultural, que buscam um certo tipo de produto cultural como marca clara de sua própria identidade social” (HARVEY, 1992, p. 312). A preocupação do autor seria que, apesar de esse tipo de relação resultar na produção de objetos de arte, estes não poderiam se dissociar de seu caráter promocional, cujo objetivo final seria o de se transformarem em algum tipo de espetáculo de sucesso.

Quando há relações monetárias assimétricas, não se promove a consciência de classe. Mas tais discussões já têm emergido dentro das redes, com notável destaque para movimentos culturais (ou de contracultura) que usam a internet como foco de resistência e dispersão de sua produção artística para contrapor a modelos nos quais a força do capital ainda prevalece. Serve de exemplo uma rede de produtores culturais e de mídia existente hoje no Brasil, o Circuito Fora do Eixo (FdE)⁶. Ela é formada pela união de pessoas que se organizam em coletivos e se juntou, a partir das cidades de Cuiabá, Rio Branco, Uberlândia e Londrina, no ano de 2005, para, juntos, terem força suficiente para divulgar bandas de música dessas localidades nos centros urbanos como São Paulo e Rio. A ideia era se aproveitar das inúmeras tecnologias disponíveis no mundo digital e, em função da facilidade de acesso a qualquer informação e de seu respectivo compartilhamento pela internet, estimular a circulação nacional da produção artística desses músicos.

Hoje, essa rede está sediada em São Paulo, representa cooperativas ou grupos de 26 Estados brasileiros, realiza festivais de música em diversas capitais, possui acordos empresariais com casas de espetáculo e empresas que patrocinam a cultura, possui moeda própria para ultrapassar o obstáculo financeiro típico de ações dessa natureza, expandiu sua atuação para as artes visuais e plásticas e gerou uma movimentação financeira de R\$ 21 milhões em 2010, quando realizou 3 mil eventos, e de R\$ 35 milhões em 2011, com a promoção de 5 mil shows. A começar pelo próprio nome, o FdE é um movimento organizado que nasceu das periferias brasileiras e que utiliza à exaustão os recursos do ciberespaço para ganhar visibilidade e representatividade de todos os coletivos.

A geração que criou o FdE pode ser denominada de “nascida na internet”, ou seja, seu linguajar

já é contemporâneo às modernas tecnologias de produção midiática. Em sua sede, uma casa alugada no bairro do Cambuci, em São Paulo, uma dezena de jovens moram e trabalham compartilhando o mesmo espaço. Todos possuem computadores, conectados 24 horas por dia. Promissoras bandas de música se apoiam na estrutura que essa rede tem a oferecer para se “lançar” nos mercados culturais paulista e carioca. Quando uma música ou um disco está pronto para ser divulgado, toda a rede do FdE entra em cena para deixar o artista em evidência dentro e fora da rede. O objetivo é buscar a maior repercussão possível – circular, fazer a informação ou a obra viajar e ser consumida. Mas um ponto a ser visto em perspectiva é, tomando o exemplo anterior, até que ponto as produções artísticas oriundas desses projetos preservam algum vestígio de “aura”, na ótica de Benjamin.

Obras “nascidas na internet” não possuem valor aurático, a não ser se considerássemos o arquivo inicial como o objeto original, autêntico, único. Não parece razoável supor que seja só isso. Por outro lado, graças à importância que se dá ao valor de exposição delas no mundo digital, e ao fato de que, enquanto elas forem sendo reproduzidas sistematicamente e preservadas em seu formato inicial, poderíamos admitir que essas obras possuem uma “aura” às avessas. Nessa concepção, não há necessidade de se buscarem vestígios do objeto original, mas de torná-lo o mais “eterno” possível num contexto em que o excesso de informação do ciberespaço faz com que tudo se torne passageiro, transformável e, por que não, irrelevante. Aquele objeto que consegue se manter intacto nessa ótica e ser reproduzido incontáveis vezes guardaria em si um valor adicional que não só o de sua exposição. Possuiria, digamos, uma “ciberaura” própria.

Pode-se até traçar um paralelo entre a produção das obras “nascidas na internet” com o atributo de “perfectibilidade” apresentado por Benjamin (1996, p. 175). O filósofo alemão entendia que o filme, objeto que dependia das técnicas de reprodução para ganhar alguma relevância na sociedade de massas era a mais perfectível das obras de arte, uma vez que ela era fruto de intenso trabalho de edição e montagem até se chegar a seu resultado final com acabamento primoroso. Já a escultura, tida como a mais alta das artes pelos gregos, era a menos

⁶ Informações coletadas pelo autor desse artigo em entrevistas realizadas com integrantes do FdE desde o início de 2011.

perfectível, uma vez que cada peça era feita a partir de um só bloco. Um vídeo, uma música, uma imagem ou outra produção artística no ciberespaço tende a ganhar notoriedade global quanto mais perfectível ela for, o que fará essa obra ser disseminada por muitas, senão milhões de pessoas.

Mas, se nas obras que nasceram fora da internet e para lá migraram, a perda da “aura”, como definiu Benjamin, é inevitável, caberia-nos indagar o que seriam os objetos auráticos do século XXI, aqueles que possuem uma eventual “ciberaura”. Qual seria a *Mona Lisa*, ou *La Gioconda*, do ciberespaço (no sentido metafórico, uma vez que a pintura de Leonardo da Vinci é exaustivamente reproduzida na internet)? Seria ingênuo imaginar que gênios também podem estar produzindo arte na era virtual? A resposta é que o valor de exposição acaba por distorcer qualquer tentativa de se criar parâmetros para diferenciar a produção na rede.

Considerações finais

As tecnologias digitais têm revolucionado as relações na sociedade da informação, propiciando e ensejando redefinições do espaço e do tempo, e forçando a criação de novos arranjos que, no mínimo, explicitem esse deslocamento cada vez maior para o campo da virtualidade. Cidadãos comuns (e estamos falando de milhões deles) se tornaram atores com chance de se destacarem na indústria cultural. Produções analógicas e digitais dos artistas se tornaram objetos de pouco ou nenhum valor aurático, mas possuem uma escala global inimaginável. Benjamin esboçou entusiasmo com o fim do valor de culto e a ascensão do valor de exposição como resultado da reprodutibilidade das obras de arte.

Premido pelo tempo histórico, Benjamin apontava dois usos possíveis para a tendência crescente da reprodução técnica da obra de arte, que também serviam de alertas. Um é o uso fascista da reprodutibilidade, que “vê sua salvação no fato de permitir às massas a expressão de sua natureza, mas certamente não a dos seus direitos” (BENJAMIN, 1996, p. 194), e se apropria das tecnologias de reprodução com os fins de criar uma estética cujo ponto de convergência é a guerra, na qual o objetivo oculto é preservar as atuais relações de produção. E o outro uso seria uma resposta ao primeiro, com o comunismo contrapondo

com a politização da arte, objetivando que esta reflita a ascensão do proletariado e da sociedade de massas.

Nem tanto ao céu, nem tanto à Terra, afinal o ciberespaço é algo que flutua entre essas duas dimensões. O risco do Fascismo sempre existirá, assim como o Comunismo não parece estar morto e sepultado como muitos gostariam. No entanto, o Capitalismo é hegemônico no mundo globalizado e a internet é parte desse sistema, sendo por ele criado e alimentado. A indústria cultural ganhou novas facetas, mas seus conceitos basilares continuam sendo utilizados para explicar o século XXI. Hoje, a “sociedade de consumo” faz mais sentido para mais pessoas do que o termo “sociedade de massas”.

Os conceitos de Benjamin, de fato, não foram apropriados pelo Fascismo, tampouco têm servido de forma efetiva para a “formulação de exigências revolucionárias na política artística” (BENJAMIN, 1996, p. 166) dentro do ciberespaço. “A arte contemporânea será tanto mais eficaz quanto mais se orientar em função da reprodutibilidade e, portanto, quanto menos colocar em seu centro a obra original”, defendeu o autor (BENJAMIN, 1996, p. 180), como uma resposta ao Fascismo que, à sua época, tentava estabelecer uma consciência corrupta das massas no lugar da consciência de classe. Chegamos, pois, a essa era onde a obra original perdeu sua centralidade.

Surpreendentemente, a sociedade de massas, de consumo ou de informação pode estar agora, de forma coletiva e silenciosa, trabalhando para solucionar essa questão. No ciberespaço, é indiscutível que a tendência da reprodução técnica da obra de arte foi elevada à enésima potência pela possibilidade de se compartilhar informação com qualquer um a qualquer momento em qualquer parte do planeta (obviamente, se este estiver conectado). A internet com sua vocação inaudita de ser a ferramenta de reprodução em massa de nossa época está provocando uma mudança da natureza da obra de arte em que a multiplicação de cópias se torna mais valorosa que a sua própria autenticidade, com implicações ainda desconhecidas.

Referências

BAUDRILLARD, J. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Loyola, 1996.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1996. p. 165-196.

CASTELLS, M. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 413-466.

DUARTE, R. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HARVEY, D. A obra de arte na era da reprodução eletrônica e dos bancos de imagem. In: HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992. p. 311-313.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MANOVICH, L. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: LEÃO, L. (Org.). **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: SENAC, 2005. p. 25-50.

MANOVICH, L. **Cultural analytics**: visualizing cultural patterns in the era of “more media”. 2009. Disponível em: <<http://www.softwarestudies.com>>. Acesso em: 31 jul. 2011.

Recebido: 03/01/2012

Received: 01/03/2012

Aprovado: 06/03/2012

Approved: 03/06/2012