

Arte contemporânea e comunicação de massa: Intersecções e desdobramentos artísticos entre dois modelos de sociedade

Fellipe Eloy Teixeira Albuquerque

Especialista em Comunicação Social no Curso de Especialização Cultura e Meios de Comunicação: uma abordagem teórico-prática, em nível de Pós-Graduação Lato Sensu, do SEPAC em convênio com a PUCSP-COGEAE; Licenciado em Educação Artística pelo CEUNSP- Itu. Professor de Educação Básica II- Arte, pela Secretária da Educação do Estado de São Paulo.

Resumo: Nos últimos 50 anos os avanços tecnológicos dos meios de comunicação influenciaram o surgimento de dois modelos de sociedade. A chamada “sociedade do espetáculo”, centrada na produção de entretenimento pelos meios de comunicação de massa, e a “sociedade em rede”, mais participativa e democrática no uso das mídias. Esse artigo se dedica a discutir as principais mudanças na organização social e principalmente na produção artísticas ocorridas graças ao surgimento desses modelos, tais como a ressignificação de objeto artístico pela *Pop Art*, a importância de novas teorias interdisciplinares para a nova narrativa não mimética da arte contemporânea, o uso do espaço digital para produção artística e conseqüentemente as concepções de espectador.

Palavras-chave: arte, comunicação, sociedade.

Contemporary art and mass communication:

Intersections and artistic developments between two models of society

Abstract: Over the past 50 years, technological advances of the media influenced the emergence of two models of society. The so-called "society of spectacle", centered on the production of entertainment by means of mass communication, and the "network society", more participatory and democratic in the use of media. This article is dedicated to discussing the major changes in social organization and in artistic production occurred mainly thanks to the emergence of these models, such as the redefinition of the artistic object by Pop Art, the importance of new interdisciplinary theories to the new narrative does not mimetic of contemporary art, the use of digital space for artistic production and consequently the viewer conceptions.

Keywords: art, communication, society.

Legados da década de 1960

Muitos espectadores definem como artistas aqueles profissionais da televisão ou do *show business* encarregados de levar ao lar das famílias brasileiras o entretenimento e a informação. De certa maneira, não estão completamente equivocados os que pensam

assim, desde meados dos anos 1960, a proximidade entre a produção artística e os meios de comunicação modificaram a relação do público com a obra de arte.

A estrutura que distingue as produções artísticas da Arte Contemporânea do restante, não se limita em enquadrar os conteúdos das obras, forma composição ou no uso desses ou daqueles materiais (CAUQUELIN, 2010, pg. 09). A arte desse tipo deve ser entendida como de difícil definição, mas que tem suas características ligadas ao regime da comunicaçãoⁱ

O sociólogo norte-americano Antony Giddens faz um balanço sobre o estado do mundo no final do século XX, discute sobre a globalização e suas implicações na vida das pessoas. A afirmação dele sobre o tema mais importante para o nosso raciocínio é da globalização não se tratar apenas de um fenômeno econômico, mas também político e cultural, que *“foi influenciada acima de tudo por desenvolvimentos nos sistemas de comunicação que remontam apenas ao final da década de 1960”* (GIDDENS, pg. 21).

A produção artística até então foi marcada pelos movimentos de modernização da arte, com inúmeras manifestações estilísticas e filosóficas. Embora com exceções, a maioria dos novos movimentos que surgiam se apoiava em um Manifesto, ou seja, em um discurso filosófico que o legitimava e desqualificava o resto não enquadrado nesse raciocínio como não arte. (DANTO, 2006, pg. 51)

Essa forma de fazer arte, apoiada em manifestos, se mostrou esgotada, justamente depois do expressionismo abstrato ter conquistado espaço suficiente para se impor de tal maneira, que declarado posteriormente acabado em 1962, ninguém nesse ano acreditava que ele houvesse terminado e muito menos que um dia os artistas estariam pintando latas de sopa e caixas de *Brillo*ⁱⁱ. (DANTO, 2006, pg.46)

Havia um modo distinto de vida nos anos 1960, fortemente influenciado pelas questões de comunicação e globalização, com ressalta Giddens. Exatamente em 1967, um autor escreveu sobre essa organização social, Guy Debord se serviu de reflexões sobre como *“nas sociedades onde reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos”* (DEBORD, 2003, pg. 13 de 169). Considerando o espetáculo como parte das relações sociais das pessoas Debord desenvolve a teoria crítica da *“sociedade do espetáculo”*, que ficou mundialmente famosa nos tumultos de 1968.

O estudo sobre o espetáculo de Guy Debord é considerado por muitos como um dos melhores sobre o imperialismo cultural, a sociedade do consumo e sobre o papel da

mídia nas relações sociais. Serviu como ilustração para o “*impasse do homem pós-moderno, exposto à ideologia do consumo ou ao consumo da ideologia. Em ambos os casos, alienado e distante de seu desejo.*” (TELLES, 2003).

Vários outros autores emprestaram a definição para expor seus comentários sobre o modo de organização social da época. Tomemos por exemplo a historiadora e teórica da arte francesa Anne Cauquelin, ela concorda com a definição da “*sociedade do espetáculo, que fez as delícias das gerações de 60, revela a posteriori um século de consumo*”ⁱⁱⁱ (CAUQUELIN, 2010, pg. 19).

Todos os autores que adotam o termo para se referirem à sociedade desta década, estão conformados com a ideia de ter nos anos 1960, surgido um estilo de vida baseado no consumo, sobretudo dos produtos divulgados pelos meios de comunicação. Mesmo não sendo adotado por todos os pesquisadores, não se podem negar os muitos fatos históricos mediados pelos *mass media*, influenciaram os comportamentos sociais da época.

No caso de Antony Giddens (2006, pg. 21), foi à globalização como a reconhecemos hoje, desenvolvida graças às implicações dos anos 1960, para Lúcia Santaella (2003, pg. 47), seria a semiótica “*uma nova tendência da antropologia cultural, concebendo a cultura como símbolos e significados*”, e para Arthur C. Danto e Hans Belting, a arte tinha chegado ao seu fim (DANTO, 2006, pg. 03).

Essas concepções teóricas desenvolvidas ou surgidas nos anos 1960 serão usadas em primeiro momento nesse texto para reforçar a ideia de período de mudanças importantes não só para a história da arte, mas para todo o conhecimento humano. Em caráter particular também poderão ser entendidas como tentativas de estruturação de um discurso sobre aspectos distintos de uma dada sociedade do consumo. No que se pese argumentar tais teorias são fundamentais para a concepção do espectador midiático.

Em contrapartida a globalização se entrelaça com os avanços tecnológicos dos meios de comunicação em um complexo teórico quase inseparável, portanto não é possível nos referirmos a um sem considerar o outro. De mesmo modo, no caso da semiótica e do “*fim da arte*”, uma nova orientação sobre os signos e seus significados está amplamente relacionada ao sentido de definição do que é o objeto de arte.

Pop Art e a nova concepção de objeto artístico

Inseridos nessa tal chamada “*sociedade do espetáculo*” os contemporâneos a esse período da História da Arte viram nascer uma forma de representação artística baseada na reprodução de imagens para a propaganda, a *Pop Art*. Um movimento artístico que nunca foi coerente, “*cada artista tinha seu projeto e sua trajetória.*” (GRANT, 2011, pg. 486), mas que refletiu plenamente os interesses de uma sociedade em ascensão.

Surgida inicialmente em solo europeu (Grã-Bretanha) a *Pop Art* rapidamente conquistou os artistas norte-americanos, descrito equivocadamente como uma invenção americana, como opção de criação artística se tornou “*um dos primeiros movimentos artísticos pós-modernos*” e por conseqüência “*também a primeira tentativa séria de se enfrentar o problema de qual era o lugar do artista e do seu produto- a obra de arte única, assinada pelo autor- no moderno mundo do consumo e da comunicação de massa.*” (GRANT, 2011, pg. 487).

Mesmo sendo um movimento com fundamentação de fácil compreensão, a complicada arte dos museus em contraponto com as produções comerciais contribuíram para os pesquisadores aceitarem com naturalidade a arte menosprezada pela elite, tomando como exemplo, a música *pop* que conquistou a massa naqueles tempos, porque não optar por uma *Pop Art*, “*produzida a partir de imagens conhecidas de todos, extraídos de histórias em quadrinhos*” (GOMBRICH, 2013, pg. 274) e mercadorias de supermercado.

O surgimento da *Pop art* também pode ser entendido como reação à urgência em entender o mundo no qual os artistas estavam inseridos, a partir daquele momento o mundo das comunicações começou a unificar a humanidade, os conceitos de global e local estão desde então, sendo constantemente discutidos. O que antes era considerado sólido e localizado, hoje passa por uma mudança estrutural com fronteiras menos definidas provocando no indivíduo uma crise de identidade (HALL, 2011, pg. 13).

Para Stuart Hall (2011, pg. 58) “*uma cultura nacional atua como uma fonte de identificação e um sistema de representação*”, porém, defende a ideia de que essas representações não tenham sido sempre unificadas, por causa das conseqüências da globalização “*as identidades nacionais tendem a se sobrepor a outras fontes, mais*

particulares de identificação cultural” (HALL, 2011, pg.67), mas não podem ser consideradas como as únicas fontes de homogeneização cultural.

Inserido em todo esse processo de representação existe o mercado simbólico das ideias, que não dependem unicamente de questões estéticas para definir a arte, leva se em conta às intersecções da atividade de vários agentes sociais (CANCLINI, 2011, pg. 23). O espectador entra em contato instável com a difusão de mensagens por múltiplos cenários e leituras diversas reconhecidas por sinais que arremetam a memória e identidade com algo interior, individual e coletivo.

Muitas técnicas de reprodução e exibição dissimulam essa virada histórica: os museus que solenizam objetos que foram cotidianos, os livros que divulgam o patrimônio nacional envolvendo-o em uma retórica faustosa, neutralizando assim a pretensa aproximação com o leitor. (CANCLINI, 2011, pg. 199).

A exigência do papel de se materializar a partir “*de uma negociação entre arte e vida, vida e arte.*” Se tornando cada vez mais complexas as relações de busca de sentido para os artistas contemporâneos, já que no caso para esse tipo de arte, na verdade “*o que finca seus valores são as inter-relações entre as diferentes áreas do conhecimento humano*” (CANTON, 2009, pg.49).

A arte contemporânea se tornou cada vez mais difícil de definir, graças também pelo fato de estarmos inseridos no período de sua constituição que nos “*exige uma acumulação, uma evolução: o aqui-e-agora da certeza sensível não pode ser claramente entendida.*” (CAUQUELIN, 2010, pg. 08).

Com os constantes esforços do espectador para fazer um julgamento estético apropriado ou para conseguir ao menos identificar-se com ela, tomando parte de uma sociedade desenvolvida, que aderiu a um avanço cultural, onde seus membros passam por “*doloroso ritual iniciático*” para se sentirem cultos (CAUQUELIN, 2010, pg. 08). E mesmo com toda a iniciativa, ao ser

Confrontado com a dispersão dos locais de cultura, diversidade das <<obras>> apresentadas e o seu número sempre crescente, o número igualmente crescente de revista, jornais e publicidade, solicitado por cartazes, influenciado por vezes pelos críticos de arte e reunindo catálogos, o público está, no mínimo, desconcertado pela arte contemporânea. (CAUQUELIN, 2010, pg. 07)

Desconcertado, é a palavra escolhida pela autora para definir a situação do apreciador de arte diante a obra de arte contemporânea. Obra de arte, obra-prima, obra do artista, antes de discutirmos sobre a relação com o público é preciso distinguir a concepção romântica de obra e artista com a atual definição de objeto artístico e produtor artístico.

Para Anne Cauquelin (2010) existem duas rupturas na terminologia do que deve ser considerada obra de arte: o objeto artístico, reformulada uma vez por Marcel Duchamp (1887-1986) com os *ready-mades* e outra com Andy Warhol (1928-1887) e a reprodução em séries de imagens na *Pop Art*.

A proposta de Marcel Duchamp “*ao expor objetos já feitos, já disponíveis e geralmente utilizados na vida quotidiana, como a bicicleta ou o urinol baptizado de fonte, o artista dá a entender que apenas o lugar de exposição faz destes objectos obras de arte*” (CAUQUELIN, 2010, pg. 63), ou seja, são valorizados os lugares de exposição (museus, galerias) como sendo o palco onde tudo o que é mostrado é considerado arte, conseqüentemente neste caso o artista deixa de ser (na concepção romântica) o gênio-criador e passa a simplesmente ocupar a função de apresentador de um objeto.

Andy Warhol por sua vez é responsável também por expor os objetos do cotidiano de maneira distinta à de Duchamp, não em sua materialidade, mas reproduzindo as imagens (serigrafia, fotografia) “*sem qualquer intervenção da sua parte que deslocaria ou poetizaria o motivo*” (CAUQUELIN, 2010, pg.81), ou seja, fazendo uso da imagem de objeto saturada pela publicidade e propaganda para criar a obra de arte. Com isso define a arte como um negócio.

A autora considerada ambos, juntamente a Leo Castelli como sendo os “*embraiadores*” da Arte Contemporânea, ou seja, aqueles que de uma maneira ou foram os precursores de uma nova realidade para as artes: “*esses três personagens tem em comum o exercício de uma actividade que corresponde aos axiomas-chave do regime da comunicação*” (CAUQUELIN, 2010, pg. 60).

O Regime da comunicação

Atualmente uma característica importante desses nossos tempos responsável pela mudança comportamental na relação entre espectador e obra de arte, é a acessibilidade à informação, consulta *on-line* dos bancos de imagens com as obras mais famosas do mundo e suas respectivas legendas tornando possível a aproximação reflexiva e cultural para qualquer um que esteja interessado.

Por esse entre outros motivos, a ideia de “sociedade do espetáculo” pensada em 1967 por Guy Debord, pode ser considerada atualmente como ultrapassada. Néstor García Canclini (2008), pensando em um novo conceito para espectador que acompanhe os avanços tecnológicos digitais, também imagina a existência de outra noção de espetáculo. Os locais para os espetáculos acontecerem não necessariamente precisam ser determinados e rígidos, onde o espectador tenha sua posição definida.

Hoje com uma “*espetacularização generalizada*” os meios clássicos de difusão da ideologia- a televisão, o cinema e a publicidade- continuam a “*controlar o ócio dos trabalhadores e oferecer-lhes satisfações que simulariam compensar suas carências*”, porém de maneira mais limitada. (CANCLINI, 2008, pg. 48). Um novo tipo de espectador contribuiu para essa delimitação, responsável pela circulação democrática do espetáculo, o internauta é responsável pela descaracterização da inicial “*sociedade do espetáculo*” para a atual sociedade em rede.

Sociedade em rede é por acaso um termo usado por pesquisadores, principalmente pelo o sociólogo espanhol Manuel Castells e Gustavo Cardoso (2005) para defender o novo modelo informacional de desenvolvimento econômico da sociedade baseado “*numa sólida tecnologia de informação ao nível das infraestruturas, produção e conhecimento*” (CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo 2005, pg. 33).

A definição mais simplificada do conceito da sociedade em rede cunhado pela dupla de autores se assemelha a ideia de globalização, em poucas palavras “*a Sociedade em Rede é a nossa sociedade, a sociedade constituída por indivíduos, empresas e Estado operando num campo local, nacional e internacional*”. (CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo 2005, pg. 08).

Levando em consideração que a “*sociedade em rede*” é circunstancialmente o mundo globalizado fazendo uso das tecnologias da comunicação, e pensando numa outra perspectiva que envolva o campo das artes visuais, é preferível considerar uma aproximação teórica no sentido do termo “*sociedade em rede*” com algo mais pertinente às organizações sociais em torno dos meios, no caso as reflexões sobre “*eras culturais*” de Lúcia Santaella.

A autora afirma que durante toda a história da humanidade a cada avanço na comunicação contribuiu para o surgimento de um novo tipo hegemônico de era cultural: “*a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital*” (SANTAELLA, 2010, pg. 13). Atualmente segundo ela,

estamos inseridos na era da cultura digital, ou para quem preferir na “sociedade em rede”.

Seguindo os vestígios teóricos de Santaella, nos vemos obrigados a concordar que a “*cada período histórico, a cultura fica sob o domínio da técnica ou tecnologia de comunicação mais recente*” (SANTAELLA, 2010 pg.14), não significando necessariamente o desaparecimento total de uma tecnologia com o surgimento da próxima, porém a cultura se comporta como um organismo vivo se adaptando com o contexto e muitas vezes mantendo várias heranças culturais dos períodos anteriores.

No contexto atual a tecnologia dominante e a técnica de comunicação mais recente, são respectivamente a digital e as redes sociais.

Arte na era digital

A par dos avanços tecnológicos envolvendo os meios de comunicação, a representação artística contemporânea encontrou um território, em grande medida, ainda desconhecido, a arte digital. Caracterizada pelas questões que levanta: “*a comunicação e o mercado, a distribuição e o valor, o coeficiente de arte e a estética*” (CAUQUELIN, 2010, pg. 104), esta forma de atividade no que diz respeito à estrutura espacial e temporal de exercício (a rede ou a *internet*), acaba perturbando a apreensão da realidade.

Realidade, que por sinal, é transformada pela rede de comunicação, sujeitada “*ao desaparecimento e aparecimento, enquanto a qualidade tátil de objectos reais, qualidade que é geralmente seu signo, está ausente*”, essa propriedade de estar presente momentaneamente e em casos específicos é designada pelo termo “*realidade virtual*” (CAUQUELIN, 2010, pg. 105).

Coincidentemente a realidade virtual também começou a se desenvolver na década de 1960, mais precisamente no ano de 1968 com “*um dispositivo para a cabeça que conectava o usuário diretamente com um computador*”, a ideia foi de Ivan E. Sutherland, na Universidade de Utah, Estados Unidos da América. (SANTAELLA, pg. 193).

Muita coisa mudou desde então, mas a definição continua a mesma, a realidade virtual é uma tecnologia de imersão do sujeito em um ambiente simulado pelos circuitos

do computador, mantendo dois princípios fundamentais, um é a criação da ilusão de estar dentro de uma cena projetada, enquanto o outro é a habilidade sensorial de se mover dentro desse cenário computadorizado^{iv}. (SANTAELLA, pg. 192-3).

O fato da história da arte de nosso tempo, nesse início do terceiro milênio, estar inserido “nas tecnologias digitais, nas memórias eletrônicas, nas hibridações dos ecossistemas com os tecnossistemas” mobilizou muito dos artistas a optarem por usar dos “meios que nos são contemporâneos como tubos de ensaio para deles extrair suas propriedades sensíveis e renovar os repertórios da arte.” (SANTAELLA, 2003, pg. 176).

A arte criada e executada a partir dos mecanismos digitais só foi possível na década de 1980, com um programa chamado “Aaron” inventado pelo artista digital Harold Cohen (nascido em 1928). Inicialmente funcionava de maneira limitada com produções em preto e branco, com grande adesão por dos engenheiros da computação e outros artistas, o artista se viu obrigado a adaptar o programa para fazer desenhos coloridos. Com o barateamento e acessibilidade a tecnologia digital, passou a ser usada também por outros artistas consagrados em outras linguagens. As possibilidades são muitas e,

Hoje, a arte digital inclui vídeos digitalmente editados e animações computadorizadas, mas o termo é usado com mais frequência para se referir à arte criada exclusivamente com um computador, fotografias manipuladas usando-se o computador e arte criada apenas para a internet. (KING, 2011, pg. 548)

Com a *internet* e computador interferindo nas estruturas sociais de todas as áreas do conhecimento, para a produção artística não foi usado só o suporte, a estética e as múltiplas propriedades da comunicação digital, também a forma de organização por meio das redes sociais. Foi tema de exposição recente no MAM- Museu de Arte Moderna de São Paulo^v, as manifestações nacionais de junho de 2013:

A linguagem usada para a mobilização por meio das redes sociais também é nova: frases curtas, endereços de manifestação, temas agregadores muito sintéticos. As palavras de ordem adaptam-se ao formato das redes sociais, tirando proveito das plataformas de comunicação virtual existentes. A rede social mais sintética é o Twitter, que aceita no máximo 140 caracteres por mensagem. Assim, a escala da linguagem no Twitter torna-se o fio condutor desta exposição. (CHAIMOVICH, Felipe. 140 caracteres. In: Museu de Arte Moderna, pg. 09).

Com esse trecho é possível perceber como a cultura digital não influencia, apenas de maneira direta a produção artísticas, com suas interfaces e suportes variados,

mas também serve como motivador de tema para reflexão artística de curadores e críticos de arte, e principalmente para o espectador.

Novamente retornamos ao espectador, embora diferente àquele dos anos 1960, imersos passivamente nos meios de comunicação de massa. Com a interatividade da *internet*, o espectador de hoje se insere de maneira mais democrática no lugar do espetáculo, porém em caráter universal ambos são diagnosticados de maneira negativa, afinal,

É um mal ser espectador, por duas razões. Primeiramente, olhar é o contrário de conhecer. O espectador mantém-se diante de uma aparência ignorando o processo de produção dessa aparência ou a realidade por ela encoberta. Em segundo lugar, é o contrário de agir. O espectador fica imóvel em seu lugar, passivo. Ser espectador é estar separado ao mesmo tempo da capacidade de conhecer e poder agir. (RANCIÈRE, 2012, pg. 08)

Com isso fica constatado também, que desde os anos 1960, a versão do espectador como sujeito passivo diante os meios de comunicação veio sendo discutida, transformada e substituída pelas intersecções dos novos meios de comunicação digital. A arte, uma das expressões humanas mais apreciadas pelo vínculo que mantém com a cultura e a civilização, segue o mesmo rumo, com suas interferências, performances e obras, cada vez mais interativas, contribuindo em grande escala para um cenário contemporâneo mais participativo e democrático.

Tanto no primeiro caso, na sociedade do consumo dos anos 1960 ou na *era das mídias*, segundo Santaella, os artistas e teóricos foram fortemente influenciados pelos meios de comunicação de massa difundindo os valores de uma sociedade que não conseguia mais se expressar usando as narrativas mestras de outrora. Na sociedade em rede, ou da *era digital*, também apoiada nessa tendência, perpetuou a continuidade da narração, mas por outro meio, o digital.

Em todo caso, o mais importante foi demonstrar as implicações da passagem de uma sociedade do espetáculo para uma sociedade em rede, mesmo que para isso tenha sido necessário envolver outras teorias das ciências humanas que serviram apenas para reforçar esse aspecto descritivo. Em suma, a arte contemporânea em relação à comunicação de massa compartilha uma natureza híbrida, que não podemos em hipótese alguma, negar ou menosprezar.

Referências Bibliográficas

CANCLINI, Nestor. G. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 2011.

CAUQUELIN, Anne. *Arte Contemporânea*. Mem Martins-Portugal: Publicações Europa-America, 2010.

CANTON, Kátia. *Do Moderno ao Contemporâneo*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009. - (Coleção Temas da arte contemporânea)

DANTO, Arthur C. *Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da história*. São Paulo: Odysseus Editora, 2006.

GIDDENS, Antony. *Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós*. - 5ª ed.- Rio de Janeiro: Record, 2006.

GOMBRICH, Ernest. H. *A história da arte* (livro de bolso). Rio de Janeiro: LTC, 2013.

GRANT, Reg. Pop Art. In: FARTHING, Stephen (org.). *Tudo sobre Arte*. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

KING, Carol. Arte digital. In: FARTHING, Stephen (org.). *Tudo sobre Arte*. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

RANCIÈRE, Jacques. *O espectador emancipado*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura e arte do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SPADARO, Antonio. *Web 2.0: redes sociais*. São Paulo: Paulinas, 2013.

WILLIAMS, Raymond. *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. - 6ª ed.- São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

Webgrafia

CANCLINI, Nestor G. *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo: Iluminuras, 2008. Disponível em: http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/000726.pdf Acesso em 12 jul. 2014.

CASTELLS, Manuel e CARDOSO, Gustavo. *A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política*, Conferência promovida pelo Presidente da República, 4 e 5 de Março de 2005 | Centro Cultural de Belém – Portugal. Disponível em: http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf Acesso em 02 fev. 2014.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. [e-book] Projeto periferia, 2003. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf> Acesso em 11 jul. 2014.

TELLES, Sérgio. *Orgulho e ruína da revolução*. "Panegírico" de Debord é autobiografia escrita de forma alegórica e alusiva. São Paulo: Folha de São Paulo + livros, Edição 02 de fevereiro de 2003. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs0202200311.htm> Acesso em 13 jul. 2014.

ⁱ A autora se apóia na ideia de que o mundo da arte também foi abalado pelos novos meios de comunicação, portanto, se adapta as mudanças de perspectiva proveniente de tal organização social.

ⁱⁱ Marca de sabão, reproduzida em obras de Andy Warhol.

ⁱⁱⁱ As referências diretas dessa autora serão sempre redigidas de acordo com o idioma de origem da obra consultada, ou seja, Português de Portugal.

^{iv} Existe até uma rede social específica para um tipo de experiência semelhante o *Second Life*, simula a identidade do usuário no ciberespaço.

^v Exposição recente, proveniente da primeira oficina de curadoria ofertada pelo museu, ficou em cartaz entre 28 jan. e 16 mar. 2014, na Grande Sala e Sala Paulo Figueiredo, localizado no prédio oficial do MAM-SP.