

Wilton Garcia: Entre as comunicações e as artes

Luciano Victor Barros Maluly¹



Wilton Garcia

Como artista visual, revela o cotidiano pelas imagens oriundas das fotografias, dos vídeos, das colagens, entre outras formas de expressão. Como pesquisador, analisa a corpo, a tecnologia, o consumo e os demais meios de comunicação. Como autor, faz da literatura o alicerce para suas ideias e seu *Blog*. O vínculo com os livros, a academia e a criatividade faz de suas instalações um composto de pesquisa, ensino, cultura e extensão.

Esse é o universo do mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Pós-Doutor em Multimeios pelo IA/UNICAMP e professor na Faculdade de Tecnologia (FATEC-SP), de Itaquaquetuba, e da Universidade de Sorocaba (UNISO), Wilton Garcia.

Esta entrevista revela por que associar as comunicações às artes é uma tarefa árdua para os pesquisadores, da mesma forma que discutir temas complexos e heterogêneos, como os direitos humanos, a diversidade cultural, o consumo, a publicidade e o jornalismo. Na era atual dominada pelos especialistas, ser eclético pode ser uma *qualidade*, cada vez mais rara na academia e no mercado.

¹Doutor em Ciências da Comunicação e professor de Jornalismo, ambos na ECA-USP. E-mail: lumaluly@usp.br



Fotos da Exposição *salubah*_ [fotografia, cor, 2015], em cartaz no Espaço Milton Santos, na ECA-USP.

As relações entre as artes e as comunicações sempre estiveram associadas em suas publicações. De que maneira essa trajetória foi construída?

Wilton Garcia: Meu interesse pela arte permeia a criatividade como ferramental recorrente no campo contemporâneo da comunicação, para tratar de questões que envolvem a sensibilidade. O despertar de uma cena (uma imagem, um som), ou uma mensagem, equaciona valores (re)dimensionados, de modo estratégico, conforme se faz a produção do conhecimento e subjetividade.

A arte faz o pensamento avançar, pois também alarga a forma de agir. Notadamente, as atribuições da arte equacionam a qualidade comunicacional de modo significativo, uma vez que potencializa o sentir do sujeito em sua sujeição: seleção, escolha, preferência, opinião etc. Não basta apenas estar ciente das coisas do mundo, pois é preciso adentrar ao espaço da subjetividade oferecido pela arte, para ampliar os parâmetros que comportam as alternativas do campo contemporâneo da comunicação, em especial no diálogo com a cultura digital.

Seria complicado refletir sobre a dinâmica tecnológica do campo contemporâneo da comunicação sem se ater ao universo proeminente da estética. Da mesma maneira,

seria estranho não considerar os valores da natureza humana que compreendem a ética. Ou seja, a máxima do pensamento grego a relacionar *técnica, estética e ética*, confortavelmente, continua a compor essa condição adaptativa das tecnologias emergentes.

Cada vez mais, um jovem utiliza o telefone celular na expectativa de se comunicar com o/a outor/a, inclusive diante dos meandros das redes sociais. Essa experiência condiz com a possibilidade de conectar-se à internet, o que poderia ser apontado como feito tecnológico, ao se relacionar com a fluidez da imagem, em movimento. Isso garante um olhar contemplativo no fascínio do que se projeta visualmente a partir da micro tela do dispositivo móvel.

Mais que isso, a forma de uso, ou seja, disseminar qualquer informação, nesse caso, depende de sua condução humana para agenciar/negociar respeito e dignidade. Isto é, para se divulgar uma mensagem on-line torna-se fundamental respeitar a privacidade alheia; seja de quem compartilha e/ou de quem recebe a referida informação. Ou melhor, é ter responsabilidade em qualquer experiência tecnológica.

A questão da diversidade cultural e dos direitos humanos conduziu suas pesquisas acadêmicas, como é observado em duas das suas principais obras - *Homoerotismo & imagem no Brasil* (Nojosa Edições, 2004) e *O metrossexual no Brasil* (Factash, 2007). Qual a mensagem que procurou transmitir com essas obras?

Wilton Garcia: O esforço do intelectual para se pensar uma proposição teórico-metodológica deve se apontar para uma prática política e/ou sociocultural. Caso contrário, não há adesão mínima entre a pesquisa e o/a pesquisador/a. Para gerar resultados satisfatórios, não se pode desvincular o compromisso da teoria com sua aplicação no cotidiano de conceitos, métodos, fundamentos etc.

O livro *Homoerotismo & imagem no Brasil* (2004) é resultado do meu doutorado na ECA-USP, como artista visual e pesquisador. Trata-se de um estudo sobre diversas

formas de abordagens do homoerotismo na arte contemporânea brasileira. Na (inter)mediação de arte e comunicação, verifica-se a emergência de um debate crítico-conceitual que reconhece essa produção estética em sua especificidade, ao envolver as minorias sexuais como tema.

Já a obra e *O metrossexual no Brasil* (2007) enuncia um grupo de possibilidades críticas acerca do consumo contemporâneo, cuja legitimação da masculinidade surge com o uso de maquiagem, a preocupação com bem estar e vida saudável. Talvez, isso venha ser apenas a desculpa para se investigar a (re)dimensão da masculinidade na sociedade brasileira, em particular.

A diversidade cultural, em consonância com os direitos humanos, estabelece um eixo do sujeito e seu entorno, sobretudo na atualidade. Diversidade aqui se relaciona à alteridade e à diferença, cujas vozes plurais possam falar e ser ouvidas. São múltiplas as alternativas, capazes de elencar variantes necessárias aos substratos da sociedade contemporânea, extremamente estratificada pela diversidade.

Em especial no Brasil, constata-se uma enorme desigualdade social, em que um número expressivo de pessoas é pobre. Ou seja, há a vulnerabilidade de quem sobrevive em condições precárias, diria quase sub-humana. No entanto, uma classe alta se abastece dos lucros produzidos a partir da exploração humana e da não divisão parcimoniosa dos resultados. São empresários e políticos que evitam qualquer tipo de equiparação econômica. A disparidade dessa desigualdade é alarmante. Tal fator precisa ser erradicado.

A universidade brasileira cada vez mais diminui os espaços para os chamados "generalistas". Todavia, sua abordagem segue outro caminho, já que discute temas variados, como tecnologias, sexualidades, mídias, metodologias, religiões, esportes, entre outros. Como é conviver na era da especialização?

Wilton Garcia: Olhar abertamente para a sociedade torna-se condição principal para se escrever algo consistente, que tem a ver com o debate: o que se pretende retratar ou discutir. A vida é feita de problemas e (re)soluções, como o/a pesquisador/a pode depara-se com a relação de completude entre pergunta e resposta ou, ainda, a ideia de causa-efeito, afinal os desafios são constantes.

Isso não é novidade, mas a junção do binômio mercado-mídia (re)elaborou a simultaneidade, ao considerar que o sujeito, agora, pode realizar duas ou mais tarefas ao mesmo tempo. É a potência dessa aproximação de paralelos (mercado-mídia), que se desdobra elevada ao quadrado. Essa multiplicação cronológica trata de aperfeiçoar a dinâmica exponencial, a qual multiplica veloz a expressão eloquente das coisas na vida, inclusive no virtual.

Como exemplo dessa situação ineficaz de simultaneidade diria que usar o telefone celular e dirigir não é bom, pois pode causar acidentes no trânsito. Como, também, não seria produtivo estudar e assistir televisão, ao mesmo tempo, visto que se busca produtividade no estudo com foco. O ideal de qualquer movimento complexo em profundidade está na organização planejada de um sistema eficiente, capaz de dar conta da especificidade.

Contudo, percebe-se que as coisas acontecem no mundo, de forma simultânea. E um espaço inter/multi/transdisciplinar serve como agenciamento, negociação, para promover uma investigação mais ampla, de acordo com o universo que circunda a pesquisa e o/a pesquisador/a.

Um profissional polivalente deve gerar atributos de multitarefas. Ou seja, tentar ser generalista na medida em que toca diferentes áreas do conhecimento para se valer enquanto conhecedor da matéria. Isso demonstra a necessidade do mercado para se considerar as formas de articulação das redes necessárias ao desenvolvimento de resultados.

Da generalidade à especificidade (e vice-versa), hoje, há um grave problema de concentração distanciando da dispersão, provocada ainda mais pela cultural digital. Dispersar significa abrir, mas concentrar não é fechar!

Uma das suas preocupações atuais é o consumo gerado pelos meios de comunicação. Quais as consequências deste processo no cotidiano das pessoas?

Wilton Garcia: Sem dúvida, há uma necessidade urgente de mudar a maneira de perceber as coisas. Mais que isso modificar a maneira de observar a personificação dos objetos, como a importância do telefone celular para o sujeito contemporâneo. Paralelo a isso, a coisificação das relações humanas, cujo valor trocado de qualquer Ser/Estar equivocadamente destacado como nada, um qualquer.

São múltiplas as experiências cotidianas que (re)configuram o consumo atualmente de um devorar antropofágico, a se alastrar paulatinamente. A noção de consumo, assim, aproxima-se da expectativa de apreender, reter a informação. Consumir tem a ver com a recepção do objeto/produto em diferentes graus de bem-estar, satisfação e preenchimento particular, íntimo, pessoal e/ou coletivo – como estágio de completude à procura da felicidade. Mais que comprar ou adquirir, trata da indicação mercantil de assegurar, captar as coisas do/no mundo, acumular e/ou se apropriar, embora paradoxalmente o consumo se relacione como consequência de gastar, devorar, desfazer, despende, extinguir, isto é, desgastar, desperdiçar, pois o consumir, inclusive, pode ser anotado perante a capacidade de optar.

Seria refletir acerca dessa experiência mais completa na cultura contemporânea: flexível, deslocável, dinâmica. Aqui, o imediato tem bastante peso. Aspectos econômicos, identitários, socioculturais e políticos demonstram exageros à parte aos enfrentamentos dessa sociedade – faminta pela novidade. Uma sede desesperada por novidade traz a enorme rotatividade de informações, cujo atrator enunciativo ressalta impacto, surpresa, inovação e novidade como características que se aventuram pela comunicação atual.

O processo de codificação e decodificação da comunicação, hoje, ocorre de forma bastante superficial, para que a mensagem seja imediatamente atendida. A natureza do código depende de vários fatores, inclusive a síntese do código binário 0 e 1, utilizado pelos impulsos das tecnologias emergentes. Tal superficialidade não contribui para que o aprofundamento de um tema gere uma qualidade mais expressa no conhecer. Na contemporaneidade, a informação legitima uma fluidez instantânea, visto que decisões e ações também podem acontecer muito mais rápidas. E tal velocidade pode cegar.

Em suas aulas, os alunos realizam "experiências artísticas" tendo como objetivo os meios de comunicação. Seria possível dizer que existe um "consumo criativo"?

Wilton Garcia: A maleabilidade da representação estético-tecnológica no contemporâneo ajuda (re)descobrir “novos/outros” caminhos inimagináveis. Consumo criativo tem a ver com economia criativa, ou seja, sustentabilidade. Nesse contexto, a noção de arte adentra ao universo da (inter)subjetividade, em que surgem variantes poéticas do próprio processo de criação. Uma dita “crise” dessas representações esboça a mediação da experiência artística como recorrência de artifícios da linguagem e implementa a sensibilidade comunicacional entre artista e observador/a. Tentar expandir tal comunicação absorve uma energia pulsante, que determina (inter)conexão da produção de conhecimento.

Por isso, imagine a poética do que não pode ser expresso?! A poética aqui equaciona a dinâmica entre o fazer (teoria) e o saber (prática), contaminados pela produção de subjetividade. Nota-se a articulação poética ao anunciar parâmetros flexíveis, em constante transformação.

Ampliar o foco da manifestação da arte implica estabelecer diretrizes complexas do campo contemporâneo da comunicação que (re)inscrevem sua dinâmica estratégica. Na contemporaneidade, as coisas alteram-se – de modo instantâneo, imediato – sem necessariamente operacionalizar a síntese de pensamento (teórico) ou realização (prática) de algum desfecho. Há mudanças perceptíveis no cotidiano. Com isso, experimenta-se

uma percepção diferenciada, tornando-se impossível ter apenas um ponto de vista exclusivo, fixo para uma resposta. A cada observação proposta, um exercício de percepção do sujeito experimenta “novo/outro” desafio, a provocar a reformulação de uma ideia ou um ideal para a sociedade atual.

Essa discussão, sem dúvida, reitera problemas dessa sociedade em busca de atualização e/ou inovação de tensões sociais, fenômenos, valores e manifestações culturais. Isso só é possível com um pensamento capaz de validar aberturas necessárias para trocas e/ou intercâmbios de informações, (re)feitas em compartilhamento de soluções criativas – entre estratégias e táticas. Transversalidades criativas e críticas implementam a produção do conhecimento, aliado à produção de subjetividade. Por isso vale o plural, o múltiplo: alteridade, diferença e diversidade.

Por fim, a publicidade e o jornalismo caminham por um mesmo campo, apesar das diferenças teóricas e práticas, exercendo uma influência significativa na opinião pública. Diante do debate atual em torno da intolerância (política, étnica, racial, sexual etc.), como os profissionais destas áreas poderiam contribuir para ampliar os espaços de comunicação e convivência?

Wilton Garcia: O campo contemporâneo da comunicação está, cada vez mais, estratificado por diversas perspectivas teóricas e práticas. Talvez, a ideia não seria mais pensar os meios de comunicação (seja a publicidade, o jornalismo ou demais veículos) na expectativa de influenciar a opinião pública, mas garantir uma experimentação intersubjetiva na ordem da experiência. É propor algo diferente para além do convencional – aquele que atende a demanda hegemônica.

A pluralidade do sujeito contemporâneo atualiza o modo percepto-cognitivo de operar “novas/outras” possibilidades colaborativas de cooperação e compartilhamento em rede, como agenciamento/negociação. Inclusive na cultura digital, isso requer (re)considerar a participação interativa do usuário-interator na internet, por exemplo. De fato, seria a artimanha interativa de envolver os participantes. E o resultado desse tipo de

envolvimento do usuário-interator produz uma escrita diferente, a qual se (re)faz diante de comentários, opiniões, críticas e, simultaneamente, do próprio consumo da informação.

Hoje, o profissional da comunicação deve estar atento aos desafios tecnológicos inaugurados pela cultura digital, que provoca um alerta máximo sobre os modos de pensar e agir. A instantaneidade da informação não cria adesão e/ou impregnação, pelo contrário, torna-se bastante descartável.

A manifestação de qualquer discurso aproxima pensamento e experiência como fruição entre teoria e prática a propiciar um espaço de exposição de ideias, na produção do conhecimento e de subjetividade. Na vulnerabilidade de espaço-tempo, o contemporâneo agrupa e reformula pontos de investigações que se desdobram no pensamento (re)inscrito por avanços tecnológicos – sobretudo com a implementação do virtual.

Seria intervir nas coisas do mundo para mudar. Transformar. Modificar para melhorar, é claro. Talvez, refletir acerca dessa experiência mais complexa e, portanto, completa para campo contemporâneo da comunicação. Inevitavelmente, há, sim, uma urgente necessidade de mudar o jeito de perceber a vida diferente. Imagine a poética do que acena o *por vir!*



Outdoor *nanã*_ [fotografia, 300 x 900cm, p/b, 2014], exposto na ECA-USP, em comemoração ao Dia da Abolição da Escravatura no Brasil

Referências

GARCIA, W. **Feito aos poucos_ anotações de blog**. 1. ed. São Paulo: Factash: Hagrado Edições, 2013.

_____. **O metrossexual no Brasil: estudos contemporâneos**. São Paulo: Factash - Hagrado, 2011.

_____. **Corpo & interatividade: estudos contemporâneos**. São Paulo: Factash, 2008.

_____. **Corpo & mediação: ensaios e reflexões**. São Paulo: Factash, 2007.

_____. **Corpo e Subjetividade: estudos contemporâneos**. São Paulo: Factash, 2006.

_____. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo: Thompson Learning, 2005.

_____. **Homoerotismo & imagem no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Nojosa edições, 2004.

LINKS “Wilton Garcia”

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4778241Y2>

<http://wilton.garcia.zip.net>

<http://devoradigital.wordpress.com>

http://twitter.com/w_garcia

<http://www.flickr.com/photos/wiltongarcia>