

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicação e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e
Comunicação

Carolina Pera Augusto

A fruição da arte nas novas mídias

São Paulo

2014

CAROLINA PERA AUGUSTO

A fruição da arte nas novas mídias

Artigo realizado para conclusão do curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura.

Orientadora: Katia Kodama

São Paulo

2014

Introdução

Este artigo tem como objetivo uma revisão bibliográfica em relação à arte nas novas mídias. Com o surgimento de mídias que possibilitam ao apreciador de arte adentrar ao mundo da arte de novas formas, se torna imprescindível uma revisitação de textos anteriores que tratam do assunto, comparando com o que temos mais recentemente.

Ao serem trazidos para a atualidade vemos que textos que datam de muitos anos continuam atuais, porém, de forma distinta da época em que foram publicados. Alguns textos mais recentes complementarão os ditos mais antigos.

O artigo pretende dialogar com autores de diferentes épocas, como Walter Benjamin (1936), André Malraux (1986), Manuel Castells (1999), Marilena Chaui (2006), e autores mais atuais.

São muitos os estudos das artes: sua história, seus tipos e seus artistas. Porém, há escassez de pesquisa sobre a arte e sua fruição na cultura digital. Ou seja, muito se sabe do que já temos no mundo das artes, mas o que se passa no momento com elas é pouco estudado. Por isso se torna importante aprofundar o tema e tentar responder algumas questões acerca da arte nas novas mídias e como as pessoas se relacionam com ela.

Ao final deste trabalho será analisada a plataforma Google Arte Project, como meio para exemplificar as discussões apresentadas ao longo de todo o texto. Uma plataforma que permite ao usuário visualizar obras, percorrer os corredores de um museu, criar galerias e compartilhar informações.

Mídias digitais e cultura

A internet, com o passar do tempo, trouxe consigo infinitas possibilidades. Desde sua criação, como a ARPANET para fins militares¹, ela vem adquirindo diferentes papéis na vida do ser humano na atualidade. Com o tempo e a abertura² da internet surgem novas mídias, as quais têm o papel de criar a interface entre o ser humano e o mundo global, abolindo barreiras que existiam no passado.

Assim como ao referir-se aos ditos de McLuhan, Marilena Chaui afirma que com os satélites e a informática, o tempo e o espaço estão diminuindo até serem abolidos. “O universo está on line durante 24 horas, sem obstáculos de distâncias e diferenças geográficas, sociais e políticas, nem de distinção entre o dia e a noite, ontem, hoje e amanhã.” (CHAUI, 2006, p. 61).

É como se tudo estivesse ao alcance de todos que possuem acesso à internet, não precisando mais do que um clique. O mundo em uma tela e no instante preciso, no instante agora. Está tudo ali, basta saber o que se procura ou até mesmo não sabendo o que procurar o ser humano se depara com coisas que não se depararia sem a internet. “Na comunicação mediada pelo computador, o céu não é o limite.” (CASTELLS, 1999, p. 433).

As buscas no meio digital são feitas mediante a vontade do usuário, não é necessário seguir um padrão. A pessoa que está à frente de um computador acessa o que lhe convém e do modo que lhe convém, não seguindo linearidade e nem mesmo regras.

Como bem citou CASTELLS (1999), a coexistência pacífica de vários interesses e culturas na rede das redes (Rede) tomou a forma da Worl Wide

¹ A criação da ARPANET se deu como estratégia militar para que, caso houvesse um ataque nuclear que destruísse os centros de controle e comando, as redes de comunicação sobrevivessem.

² Segundo CASTELLS (1999), a abertura do sistema é resultado do processo imposto pelos primeiros hackers de computadores, pelas pessoas que usam a rede como hobby e pelos cientistas que administravam os programas militares de pesquisa que queriam instalar este novo sistema.

Web (WWW), que como ele define, é uma rede flexível formada por redes dentro da Internet.

Já em 1999, CASTELLS escreveu que o processo de formação e divulgação da Internet e suas redes nos últimos 25 anos (1974 – 1999) haviam moldado os padrões reais de comunicação e a cultura de seus usuários. Isto não mudou, apenas foi atenuando-se, como podemos observar nas modificações no comportamento dos usuários e também dos meios comunicacionais.

Os meios comunicacionais não são mais de apenas uma via como eram antigamente, eles permitem a participação dos usuários. Até mesmo meios que já foram de uma única via têm se entregado a era digital permitindo a interatividade de seus “telespectadores”, como televisões e rádios.

A não linearidade dos sistemas abre portas, também, para diferentes modos de comunicação. A cultura, que é formada pela comunicação, é disseminada pela internet, formando diferentes culturas conectadas em um mundo digital.

[...] A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. E a comunicação, decididamente, molda a cultura. (CASTELLS, 1999, p. 414)

Essa cultura formada por nossos meios de comunicação está sendo moldada a todo o momento pelas novas mídias que a internet traz consigo. É a cultura moldando o meio e o meio moldando a cultura.

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. (CASTELLS, 1999, p. 414)

Para CASTELLS (1999), a tecnologia e suas redes interativas estão crescendo exponencialmente, há 15 anos, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela, em uma transformação de mão dupla.

A transformação tecnológica é a formação de um hipertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana.

Ainda segundo CASTELLS (1999), a multimídia capta a maioria das expressões culturais em toda a sua diversidade. Para ele, seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre os diferentes tipos de mídia (audiovisual e impressa), tipos de cultura (popular e erudita), entre entretenimento e informação, e, ainda, entre educação e persuasão.

Todas as expressões culturais são resgatadas e se juntam no universo digital, as piores e melhores, as elitistas e as populares, ligando historicamente as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa. Assim podemos considerar que esta transformação é uma transformação que agrega os diferentes meios de comunicação e as diferentes formas de cultura, transformando a multiplicidade em uma multiplicidade unificada em um só sistema.

Quanto a estas modificações, DOMINGUES (1997), relembra que as civilizações nunca regrediram, as descobertas são acumuladas e servem de background para outras invenções. A vida se modifica com as novas tecnologias, as quais amplificam nossos sentidos e nossa capacidade de processar informações, “e a mente humana, uma vez que teve suas dimensões ampliadas, não volta mais a seu tamanho original”.

As transformações que acompanhamos agora não se apagarão, servirão de base para novas transformações futuras. Ampliando nosso conhecimento de forma irressistível. CASTELLS (1999) afirmou que em todas as sociedades, a humanidade tem existido em um ambiente simbólico e atuado por meio dele. Podemos assim considerar que em nossa sociedade, o ambiente simbólico é construído por todas as expressões e manifestações culturais citadas anteriormente, fazendo da virtualidade nossa realidade.

CASTELLS (1999) propôs que as culturas consistem em processos de comunicação e que todas as formas de comunicação são baseadas na produção e consumo de sinais.

SODRÉ (1996) aponta que a comunicação estaria fornecendo bases para uma ideologia do enraizamento democrático e de uma restauração ética da sociedade. Para ele, as práticas comunicativas realizam um trabalho cultural que se pode chamar de “tecnocultura”, “cultura da comunicação” ou “cultura mediatizada”. Toda esta tecnologia aumenta o alcance da massa aumentando o desejo de consumo e rompendo as barreiras materiais, transformando a cultura de massa em tecnocultura.

O produto simbólico “dito de massa” resulta da passagem da obra elitista, como forma produtiva “pré-capitalista”, à mercadoria cultural, [...]. O fim da aura, em termos de economia política, equivale à integração capitalista dos bens culturais – processo que altera não apenas as condições de produção e consumo das obras, mas também seus conteúdos. (SODRÉ, 2010, P. 113)

Segundo SODRÉ (2010), no ciberespaço³ a realidade original se produz pela superação do espaço físico e da interdependência humana direta.

Mediante todas estas afirmações, detectamos que neste espaço virtual, que também pode ser caracterizado como ciberespaço, o espaço e o tempo são abolidos ou ao menos são tratados de outra maneira.

Com todas estas alterações não poderia ser diferente, os costumes modificam-se também. Sendo assim, o consumo, a produção e o conteúdo das obras sofrem alterações.

³ Para Muniz Sodré, o ciberespaço é resultado dos progressos na microeletrônica e nas telecomunicações.

A arte e as novas mídias

A arte utiliza-se da tecnologia, assim como a sociedade o faz, modificando a forma de consumir arte, de produzir arte e até mesmo do que é arte.

Antigamente um bem de consumo era produzido por seu valor de uso. Como bem citou SODRÉ (2010), elas não operavam pelo desejo, mas sim pela necessidade. O que é visto como arte hoje eram produtos simbólicos feitos com o objetivo de glorificação de deuses, cidades, reis e grandes feitos. A obra cultural era definida por um valor de uso articulado com as significações simbólicas comunitariamente e esteticamente.

Já na modernidade a obra precisa ser esteticamente aceita como arte para se consagrar. “[...] arte é algo que se faz ou se desfaz a partir do olhar de uma subjetividade esteticamente capacitada para o reconhecimento ou a legitimação do produto como de grande alcance simbólico.” (SODRÉ, 2010, p. 111).

Devido à singularidade da produção de uma determinada obra, esta gera uma rede de sentido transcendente ou “sacro” em torno dela, transformando-a em única. “A unicidade ou singularidade do ato produtivo da obra – articulação da genealidade pessoal com a temporalidade anacrônica, mítica ou mágica – cria em torno do produto artístico o que Walter Benjamin designaria como ‘aura’”. (SODRÉ, 2010, p.112).

SANTAELLA (2005) afirma que embora a gravura e as técnicas de reprodução já fizessem parte do universo da arte, a reprodutibilidade maquinal foi sem precedentes. “Seu impacto destruiu a aura da obra de arte, emancipando-se a da tradição e dos rituais mágicos e religiosos”. (SANTAELLA 2005, p. 20). Ela observou bem. BENJAMIN (1936) não lamentou o surgimento das tecnologias reprodutivas, ele chamou a atenção para o fato destas transformarem a própria natureza da arte.

A obra nunca foi privada de reproduções, porém, com a tecnologia cada vez mais avançada, suas reproduções se tornam cada vez mais fáceis e disponíveis.

As técnicas de reprodução aplicadas à obra de arte modificam a atitude da massa diante da arte. Muito reacionária diante, por exemplo, de um Picasso, a massa mostra-se progressista diante, por exemplo, de um Chaplin. [...] Frui-se, sem criticar, aquilo que é convencional; o que é verdadeiramente novo é criticado com repugnância. (BENJAMIN, 1936, p. 270)

Diante da reprodutibilidade, a massa aceita o que se torna convencional pela reprodução, mas o que é novo não é bem aceito. Em 1936 Benjamin afirmava que as técnicas de reprodução naquela época eram algo novo, porém, estavam em um ritmo cada vez mais rápido. E se analisarmos, este ritmo agora é bem mais rápido. A tecnologia disponível atualmente permite reproduções praticamente instantâneas.

Se pensarmos em conteúdo de obra, como afirmou Sodré em trecho citado anteriormente, estes também sofreram alterações com o decorrer do tempo. Há artistas que já fazem arte pensando nas novas mídias: Artemídia. Há também uma reprodução maior de obras que já são feitas para serem reproduzidas. É a arte pensada para os tempos atuais.

André Malraux também dialoga com o conceito de reprodutibilidade e afirma que muitas vezes substituímos o prazer de admirar pelo de conhecer, substituindo a obra-prima tradicional pela obra significativa. Em seu livro “O Museu Imaginário”, Malraux destaca que a reprodução de obras é cada vez maior e sua difusão é alimentada por uma prospecção cada vez mais sutil e mais extensa.

Para ele a reprodução não rivaliza com a obra, ela a evoca e a sugere. “Levamos a contemplar as obras-primas que nos são acessíveis, não a esquecer-las; e, sendo inacessíveis, que conheceríamos nós sem a reprodução?” (MALRAUX, 1965, p. 121).

Atualmente conhecemos obras que não conheceríamos sem suas reproduções. As novas tecnologias nos permitem acessar diversas obras de diversos lugares, rompendo os limites físicos que outrora tínhamos.

Porém, nem só de reproduções vive a arte nas novas mídias. Como já foi dito, a mudança não vem só por parte do modo como consumimos obras, mas também, do seu conteúdo e como estes são produzidos. Muitos artistas já pensam suas obras para as tecnologias disponíveis atualmente.

MACHADO (2005) em seu artigo “Tecnologia e arte contemporânea: como politizar o debate”, diz:

Embora seja até um lugar comum dizer que a arte (qualquer arte, de qualquer tempo) sempre foi produzida com os meios tecnológicos de seu tempo, a apropriação que ela faz do aparato tecnológico que lhe é contemporâneo difere significativamente daquela feita por outros setores da sociedade, como, no nosso caso, a indústria de bens de consumo. (MACHADO, 2005)

Para ele estas “máquinas semióticas” não são projetadas para produção de arte, e sim, para produção em larga escala e para produtividade industrial. E então o questionamento passa a ser como produzir algo singular em meio a tanta automatização de produção?

Mark Tribe e Jana Reena no livro “New Media Art” descrevem projetos que fazem uso de tecnologias de mídia e que estão preocupados com as possibilidades culturais, políticas e estéticas dessas ferramentas. Eles explicam que muitos artistas perceberam que a internet não servia apenas de ferramentas para manipular imagens, fazer convites de exposições e outras atividades, ela era uma porta para o meio artístico.

Apesar de alguns artistas utilizam a internet como forma de disseminar a documentação do trabalho feito com meios convencionais, outros aborda, a internet como um meio próprio ou como um novo tipo de espaço no qual intervinham artisticamente.

Isso está relacionado ao salto qualitativo que CAMPOS (2008) afirma ter vindo com a evolução tecnológica, a qual trouxe uma nova linguagem e que,

também, proporcionou aos artistas o manuseio de equipamentos que antes eram caros e inacessíveis a maioria.

Museus e a virtualidade

A constante modificação de comportamento da humanidade faz com que os museus também tenham que se adaptar. Tudo está em transformação na sociedade dita como líquida. Tudo se altera e não seria diferente com os museus.

Há sim espaço para museus tradicionais, porém, até mesmo estes dão espaços para interfaces digitais: sites, aplicativos, páginas e perfis em redes sociais.

A instituição museológica sofreu grandes alterações e foi alvo de salutar discussão que motivou novas formas de pensar o museu, havendo, agora, consciência de que necessita de se libertar do seu espaço tradicional e limitado, para se tornar acessível ao grande público. (MUCHACHO, 2005, p. 1540)

Deste modo, os museus têm se utilizado das redes interativas como ferramentas para estender a experiência física, rompendo com os limites físicos que outrora tinham. Para MACHADO (2005), o museu é um importante meio de comunicação e tem de aproveitar o desenvolvimento comunicacional e tecnológico para satisfazer as novas correntes de museologia.

Os novos media e em particular a internet são um instrumento precioso no processo de comunicação entre o museu e seu público. A sua utilização como complemento do espaço físico do museu vem facilitar a transmissão da mensagem pretendida e captar a atenção do visitante, possibilitando uma nova visão do objecto museológico. (MUCHACHO, 2005, p. 1541)

GROSSMANN (2011) diz que os museus têm investido perseverantemente em uma epistemologia pautada na ideia de um universalismo para o conhecimento e o maior exemplo disso é a internet e sua interface multimídia a WWW (World Wide Web) com seus poderosos aplicativos.

Para ele a cultura da virtualidade é, sem dúvida, uma nova fronteira para ações culturais e artísticas, bem como de representação da arte e dos diversos modos culturais e ainda, repositório interativo da memória coletiva e individual.

Porém, esta é uma fronteira que rompe com barreiras, uma fronteira que visa quebrar outras fronteiras, como as da limitação de espaço e da linearidade.

Para GROSSMANN (2011), um museu ao se inter-relacionar a um espaço virtual acaba sendo relativizado, não só pelo fator novidade, mas por essa liberdade e abertura que o hiperespaço oferece. Ele cita que atualmente o museu passa pelo estágio da interface, estágio que está em desenvolvimento, o qual amplia a condição e ação não só do museu como da própria arte.

Como bem lembrou SANTAELLA (2005) em seu livro, dentre as propostas de MALRAUX (1965) em sua teoria do museu sem muros estão a de milhares de reproduções fotográficas da arte constituírem este museu sem muros e também a de o museu imaginário dar continuidade ao museu físico, disponibilizando ao indivíduo a arte de todos os tempos e todos os espaços. Em tempos de mídias digitais é o que vem acontecendo, temos acesso a museus dos museus do mundo como um todo. Podemos conhecer a arte de qualquer tempo, por meio de suas reproduções e disponibilização na rede.

Outra função que a rede tem para as artes é a de registro e memória. Muitas vezes uma exposição que ocorreu em determinado espaço e tempo pode ser disponibilizada na rede por meio de sua reprodução. Estando arquivada na rede ela pode ser acessada pelos usuários a qualquer hora. Neste caso a internet serve também como ferramenta de registro documentário da arte.

Além dos sites e redes sociais, uma das evoluções das plataformas que vem sendo utilizada pela arte no hiperespaço é o projeto do Google: Art Project.

O Google Art Project

O projeto do Cultural Institute, o Google Art Project, reúne 57 mil obras de artes em alta resolução disponíveis aos seus usuários. Se somados aos documentos e diferentes arquivos este número chega a seis milhões.

Quando que as pessoas tiveram acesso a tal número de obras e arquivos? Para Alessandro Germano⁴, gerente de novos negócios do Google, o projeto não visa ser uma substituição do espaço presencial, mas sim um complemento à experiência, tanto antes quanto depois de uma visitação.

O projeto visa estender uma experiência adquirida em um museu ou até mesmo aguçar a vontade de ir a um espaço físico e contemplar pessoalmente algo que chamou atenção virtualmente. Pois como já afirmava BENJAMIN (1936): “Á mais perfeita reprodução sempre falta alguma coisa: o hic et nunc da obra de arte, a unicidade de sua presença no próprio local onde ela se encontra.” (BENJAMIN, 1936, p. 245).

Porém, de modo virtual a pessoa pode ter contato com a obra de um modo diferente, somando experiências à contemplação da obra em si. Através da tecnologia do Street View, o projeto permite que a pessoa que navegue pelo projeto possa acessar diferentes museus percorrendo seus corredores e galerias da mesma forma que percorria fisicamente, porém através da tela de computador.

Algumas das obras estão disponíveis no formato “gigapixel”, o qual permite observar detalhadamente as pinceladas do pintor. Algo que seria muito difícil de fazer em um museu. Para Alessandro este é um novo dialogo com o artista, pois a pessoa consegue ver mensagens em detalhes que não perceberia “ao vivo”. “Para conhecer a arte você precisa se debruçar mais sobre ela, e a tecnologia permite isso”, explica ele.

Ao debruçar-se sobre a obra utilizando o aparato tecnológico, talvez, além de conhecer a obra, o observador tem o poder de admirar, o que segundo

⁴ Em conversa telefônica com a autora deste artigo, Alessandro Germano explicou qual é o propósito do Google Art Project

MALRAUX (1965) havia se perdido com a reprodução. Porém, ainda assim é a obra significativa que ali está. Mas já houve até então uma evolução.

A Art Project permite, também, ao usuário, que ele crie sua própria galeria. Diante de tantas obras ele pode ser o curador de sua própria galeria e criar uma “exposição” só dele, na qual estarão apenas obras escolhidas por ele. Seria esta a concretização do Museu Imaginário de MALRAUX (1965)?

MALRAUX (1965) citou, também, que o museu inevitavelmente estava privado dos conjuntos de vitrais e de frescos; do que não é transportável; do que não pode ser facilmente exposto, os conjuntos de tapeçarias, por exemplo; do que não pode adquirir. Porém, isso se dissolve com a virtualidade. O mundo virtual não é privado do que não é transportável. Podemos observar isso quando navegamos pela arte de rua exposta no Art Project. A limitação física é diluída.

O trecho do texto *Pièces sur l'art* escrito em 1934 por Paul Valéry e usado na introdução de Walter Benjamin em 1936 continua atual, pois nele Paul afirma que nossas Belas Artes foram instituídas e seus tipos fixados num tempo bem distinto do nosso, por homens que não tinham tanto poder de ação sobre as coisas como temos, assegurando modificações na antiga indústria do Belo.

Há em todas as artes uma parte física, que não mais pode ser vista e tratada como era antes, que não mais pode ser subtraída á intervenção do conhecimento e poderio modernos. Nem a Matéria, nem o espaço, nem o tempo são, há cerca de vinte anos, o que sempre haviam sido. É de se esperar que tão grandes novidades transformem toda a técnica das artes, agindo assim sobre a própria invenção e chegando mesmo, talvez, a maravilhosamente alterar a própria noção de arte. (BENJAMIN, 1936, p. 242).

Isto dito 80 anos atrás só tem progredido de forma mais rápida que anteriormente, as mudanças são cada vez mais velozes na atualidade. Mais do que nunca o tempo e o espaço não são os mesmos que eram no passado, não são nem os mesmos que se acabaram de passar.

Considerações Finais

A revisão bibliográfica mostrou que até mesmo autores mais antigos permanecem atuais, porém, diante das transformações que ocorrem no mundo digital, é preciso agregar novas informações.

CASTELLS (1999) propôs que o processo de formação e divulgação da Internet anos atrás (1974 – 1999) moldava os padrões reais de comunicação e a cultura de seus usuários. Isso permanece e tem se atenuado.

A internet rompe barreiras de tempo e espaço, permitindo ao usuário o aqui e agora, porém, virtualmente. Mas a acessibilidade que provém dos meios digitais traz consigo novos desafios para os campos culturais e no campo da arte isso não é diferente. Então surgem novos modos de lidar com arte, de consumir arte, de produzir arte e até mesmo do que é arte. É a arte moldando-se aos novos tempos.

Uma dessas mudanças é a possibilidade de um museu sem muros, como o proposto por MALRAUX (1965), porém, de uma forma diferente, virtual. Um museu que disponibiliza a arte de todos os tempos e todos os espaços. A internet possibilita a concretização de um museu imaginário como o idealizado por ele, porém, mais moderno e virtual, uma evolução de seu museu imaginário.

O Google Art Project cabe bem como exemplo de um museu que abriga diferentes obras e pintores, de diferentes épocas, em um só espaço. Espaço este que o usuário acessa quando e como quiser. São os novos meios rompendo com as barreiras e permitindo uma maior fluidez da arte, uma maior acessibilidade.

Assim, como o Museu Imaginário não era uma herança de fervores desaparecidos para MALRAUX (1965), nos novos meios também não o é, é uma assembleia de obras de arte, uma reunião de artes de diversos tempos e tipos, que além de permitir o acesso a obras que não conheceríamos sem a

internet, permite também um armazenamento das artes, uma memória acessível.

Referências Bibliográficas

- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. 1936. In: LIMA, LUIZ C. Teoria da cultura de massa. São Paulo. Paz e Terra. 2011. Págs. 239 a 284.
- CAMPOS, Cid. **Processos artístico-criativos na evolução tecnológica: música/poesia e outras artes. Interterritorialidade: mídias, contextos e educação**. São Paulo, SENAC/SESC, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Vol. I. São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- CHAUI, Marilena. **Simulacro e poder: Uma análise da mídia**. São Paulo, Editora Perseu Abramo, 2006.
- DOMINGUES, Diana. **A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo, Editora Unesp, 1997.
- GROSSMANN, M. **Museu como Interface**. Publicado em Museum Art Today/Museu Arte Hoje, São Paulo, Hedra & Forum Permanente, 2011 <http://www.forumpermanente.org/event_pres/simp_sem/pad-ped0/documentacao-f/mesa_03/mesa3_martin>. Acessado em 03/06/2014.
- JANA, Reena e TRIBE, Mark. **New Media Art**. Taschen, 2007.
- MACHADO, Arlindo. **Tecnologia e arte contemporânea: como politizar o debate**. Revista de Estudios Sociales. Universidad de Los Andes. Revista nº 22, dezembro de 2005. <<http://res.uniandes.edu.co/view.php/328/index.php?id=328>>. Acessado em 05/04/2014.
- MALRAUX, André. **O Museu Imaginário**. Éditions Gallimard, 1965 – reimpresso por Edições 70 em 2011.
- MUCHACHO, Rute. **Museus virtuais: A importância da usabilidade na mediação entre o público e o objecto museológico**. Livro de Actas – 4º SOPCOM (páginas 1540 a 1547), 2005. Departamento de Ciências da Comunicação, Artes e Tecnologia da Informação. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/muchacho-rute-museus-virtuais-importancia-usabilidade-mediacao.pdf>>. Acessado em 01/05/2014.
- SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo, Paulus, 2005.
- SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis, Vozes, 1996.