

MANOVICH, L. "Novas mídias como tecnologia e ideia". In: LEÃO, L. *O chip e o caleidoscópio*. São Paulo: Senac, 2010.

\_\_\_\_\_. "Quem é o autor? – Sampleamento / mixagem / código aberto". In: BRASIL, A. et al. (orgs.) *Cultura em fluxo: novas mediações em rede*. Belo Horizonte: PUC-MG, 2004.

\_\_\_\_\_. "Visualização de dados como uma nova abstração e antissublime". In: LEÃO, L. (org.). *Derivas: cartografias do ciberespaço*. São Paulo: Annablume, 2004.

## 2

### A Teoria da Remediação de Bolter e Grusin

No ambiente midiático contemporâneo, a "realidade" é um dos produtos mais valiosos. Filmes em várias dimensões prometem ao espectador uma experiência "real" das cenas, *reality shows* dizem mostrar a "realidade" das situações, enquanto as mídias móveis e os aplicativos garantem uma interação "real" entre as pessoas.

No entanto, essas promessas se acomodam sobre um curioso paradoxo: quanto mais as mídias prometem aproximar a "realidade" das pessoas, mais distante ela fica. Isso acontece porque a reprodução da realidade pelos meios de comunicação só é possível a partir de um complexo aparato tecnológico que, ao mesmo tempo em que *mostra* a realidade, também a *transforma* de acordo com suas próprias características. Quanto mais se procura mostrar fielmente a realidade, mais ela é modificada pelas mídias por onde passa.

Esse paradoxo é um dos principais elementos do que os pesquisadores Jay David Bolter e Richard Grusin chamam de "Remediação" (*remediation*). Na palavra, o prefixo "re" significa "dupla", enquanto a "mediação" pode ser entendida como a "ação da mídia" ao transformar a realidade em uma apresentação.

A ideia de "remediação" está ligada a essa dupla lógica, ou "ambivalência", como denominam os autores, da mídia contemporânea. Ao mesmo tempo em que as mídias buscam se tornar "transparentes", isto é, representar tão bem a realidade a ponto de não serem notadas, a própria representação dessa realidade exige aparatos de mídia mais complexos e desenvolvidos.

Em outras palavras, trata-se de um paradoxo entre a onipresença e a invisibilidade das mídias contemporâneas. Cada uma das partes desses processos é explorado pelos autores.



## Imediação

A ideia da mídia como algo “invisível” é denominada *imediacy*, ou, em tradução livre, “imediação” ou “não mediação”. De certo modo, seria possível dizer que o processo de imediação significa a crescente tendência do meio desaparecer em relação ao seu próprio conteúdo. Quando se assiste a um filme, por exemplo, espera-se que o público seja atraído pelas imagens, sons e narrativas. Os elementos técnicos do cinema em si, embora sejam o componente básico para se fazer um filme, desaparecem em relação ao que se vê, ouve e, eventualmente, sente. Do mesmo modo, quando se assiste televisão, o conteúdo de um programa tende a tornar invisível as possibilidades e limitações do meio. Finalmente, quando se fala com alguém via celular, há recursos para aproximar as pessoas: além da voz, fotos e imagens – nas videochamadas – podem contribuir para que o meio, isto é, o telefone em si, não seja notado. O meio, embora seja parte do código da mensagem, não é percebido – a mensagem é notada quase “mediada”, daí a perspectiva de “imediação”.

Isso, no entanto, não é um fenômeno novo: desde o Renascimento, com a adoção da perspectiva na pintura, há uma tentativa de tornar o suporte – isto é, a tela – invisível para ressaltar o conteúdo, isto é, a imagem. Quando se olha um quadro, por exemplo, geralmente a atenção é atraída, em primeiro lugar, pela imagem daquilo que está sendo representado. E, em geral, quanto mais fiel a representação, maior a chance de o observador esquecer que, no fundo, está olhando para pigmentos coloridos espalhados sobre um tecido. Em termos mais precisos, embora entre a imagem e o observador exista o quadro, uma *mídia*, a impressão que se tem, no primeiro momento, é que essa mídia não existe – o que se vê é a imagem.

## Hipermediação

O processo de imediação, pelo qual o meio se torna transparente em relação à mensagem, tornou-se cada vez mais complexo com a invenção de meios técnicos e, posteriormente, digitais. Ao se olhar para uma pintura, a “mídia”, isto é, o tecido e os pigmentos, permite apenas a criação de uma imagem fixa em duas dimensões. Por mais fiel que seja, há limites muito claros para a representação da realidade em um quadro. Na fotografia, por sua vez, a realidade está mais próxima: um retrato, ao menos à primeira vista, é uma representação mais direta da realidade. Um quadro pode ser

pintado ao longo de anos, mas uma foto precisa capturar o instante real (e, vale lembrar, isso é ponto de discussão na teoria fotográfica). A foto, portanto, é mais “real” do que a pintura. Mas, para isso, precisa de um aparato técnico maior. Do mesmo modo, o cinema é mais “real” – sempre entre aspas – do que a foto, porque o movimento da tela permite reproduzir os movimentos da realidade. E o aparato técnico é igualmente mais complexo do que o de uma foto. Finalmente, as mídias digitais abrem a possibilidade de reproduções e recriações bastante fiéis da realidade: no caso de imagens criadas por computador ou da “realidade virtual”, um aparato de altíssima complexidade, capaz de utilizar mídias diversas como imagens, sons e textos, é utilizado para mostrar a “realidade”. Daí o conceito de hipermediação (*hypermediacy*), segundo o qual a multiplicação de mídias e sua utilização em conjunto é uma das características contemporâneas.

## Remediação

Um ambiente saturado de mídias que buscam se tornar invisíveis em relação à realidade que tentam representar: essa é a lógica da dupla mediação – ou, nas palavras de Bolter e Grusin, a “remediação”.

A remediação acontece, entre outros momentos, quando elementos característicos de uma mídia se articulam em outro. Uma imagem digital da *Mona Lisa* encontrado na internet pode ser um exemplo de remediação: a imagem em uma mídia, o quadro, é representado em outro meio, o digital. A realidade em si é mediada duas vezes, a primeira na tela do quadro, a segunda na tela do computador.

Uma das características das mídias digitais, segundo os autores, é sua capacidade de “remediar” praticamente todos os elementos de mídias anteriores, transformando igualmente a experiência que se tem dessas mídias a partir de um duplo processo de *aproximação* e *distanciamento*.

Mantendo o exemplo da pintura de Leonardo DaVinci, a aproximação acontece porque, graças à digitalização, a *Mona Lisa* é visível para qualquer pessoa com uma conexão à *web*; distanciamento porque, digitalizada, o quadro é deslocado de seu suporte original (a tela, a moldura) e representado em outra mídia. Quanto mais próximo e visível o quadro está de nós, maior a quantidade de transformações pelas quais ele tem que passar – os pigmentos da pintura se transformam em *pixels* em uma tela fazendo, ao mesmo tempo, que se tenha a sensação de estar mais próximo do original.



Em termos contemporâneos, os autores sugerem que o aumento na quantidade de mídias – por exemplo, câmeras em diversos ângulos, som espalhado pelo ambiente, imagens em várias dimensões, dispositivos que emitem perfumes ou simulam a movimentação procuram tornar a experiência da “realidade” mais próximas dos indivíduos.

A remediação ocorre quando, na tentativa de aproximar os indivíduos da realidade, uma mídia faz uso de várias outras. No caso específico da mídia digital, a dupla mediação está na possibilidade de aglutinar imagens, fotos, filmes, textos, sons e outras linguagens em uma outra mídia. É uma representação da representação, de onde o conceito de “re-mediação”.

Nos *games*, por exemplo, a perspectiva de visão em primeira pessoa, bem como da manipulação de controles em formatos específicos, sejam armas ou instrumentos musicais, por exemplo, podem ser entendidas como parte da remediação. Jogos baseados em filmes, por exemplo, usam essa dupla mediação da linguagem digital transformando os elementos de uma mídia, o cinema, em outra, o *game*. Quando, em outro tipo de jogo, o objetivo é tocar instrumentos musicais, a lógica da remediação parece ficar mais clara: usa-se um aparato tecnológico considerável (*hipermediação*) para ter a sensação de que se está tocando de verdade (*imediação*).

Outro exemplo do conceito de remediação talvez venha do universo ficcional. Em *Star Trek – A nova geração*, a Enterprise tem um *holodeck*, espécie de simulador altamente refinado que, a partir de projeções, recria qualquer lugar no espaço e no tempo, permitindo à tripulação da nave ter a sensação da realidade. No *holodeck* a ilusão só pode ser mantida se os geradores de imagens, sons e movimentos forem invisíveis – algo semelhante à noção da hipermediação utilizada para criar a ilusão da imediação. No aparato digital do *holodeck*, as mídias anteriores: sons, imagens paradas e em movimento, são recombinações para a formação de um ambiente midiático ao mesmo tempo onipresente e invisível. Não de todo distante, aliás, da realidade contemporânea.

O paradoxo das articulações entre essas duas categorias, na tentativa de tornar a representação da realidade tão ou mais real do que a própria realidade, é visto pelos autores como uma das características principais da linguagem das mídias digitais. Uma perspectiva que possibilita entender a razão das inúmeras possibilidades de trabalho na associação de linguagens diferentes dos meios digitais.

### © Em termos relativamente próximos

PIMENTA, F.J.P. “O *e-mail*, o verbal e a interatividade: perspectivas de um novo meio de comunicação”. In: LAHNI, C.R. & PINHEIRO, M.A. (orgs.). *Sociedade e comunicação: perspectivas contemporâneas*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

SANTOS, R.E. “Histórias em quadrinhos na cultura digital: linguagem, hibridização e novas possibilidades estéticas e mercadológicas”. In: SANTOS, R.E.; VARGAS, H. & CARDOSO, J.B. (orgs.) *Mutações da cultura midiática*. São Paulo: Paulinas, 2009.