



REVISTA  
DE  
CULTURA  
VISUAL

## Imagem digital: a representação imagética das redes digitais através da experiência Google Arts and Culture

Fernando Lopes<sup>1</sup>

### Resumo:

O presente artigo parte de um relato acerca das imbricações entre imagem, cultura e tecnologia em especial seus reflexos na digitalização das imagens, para então traçar uma reflexão sobre o digital como (re)significador da cultura imagética. Busca-se, com este trabalho, ratificar a influência da tecnologia, da memória visual e informacional na construção dos valores culturais contemporâneos. Será apresentada também uma reflexão sobre a aura benjaminiana em uma dinâmica imagética digital. O pano de fundo no qual se desenvolve o presente artigo são as evoluções tecnológicas, que ampliam o imagético, a memória e o imaginário contemporâneos e tornam possíveis as profundas mudanças sociais e culturais vivenciadas pela sociedade ocidental contemporânea. Por fim é traçada uma breve análise sobre a imagem digital como um elemento cultural inovador capaz de produzir uma experiência cultural híbrida através da fusão entre o visual e o virtual-digital.

**Palavras-chave:** imagem digital; cultura digital; visão híbrida; tecnologia; Google.

### Abstract:

The present article starts with an account of the imbrications between image, culture and technology, in particular its reflexes in the digitalization of the images, in order to draw a reflection on the digital as (re)significator of the cultural imagery. With this work, we seek to ratify the influence of technology, visual and informational memory in the construction of contemporary

<sup>1</sup> Este artigo retoma parte do trabalho desenvolvido no âmbito da dissertação de mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos, intitulada "Imagem digital: Significação cultural do acesso virtual ao museu", disponível em: <http://ppg.fumec.br/ecc/wp-content/uploads/2016/08/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Final-Fernando.pdf>



cultural values. It will also present a reflection on the Benjamin aura in a digital imaging dynamic. The background in which this article is developed are the technological evolutions that amplify contemporary imagery, memory and imagery and make possible the profound social and cultural changes experienced by contemporary Western society. Finally, a brief analysis of the digital image is drawn as an innovative cultural element capable of producing a hybrid cultural experience through the fusion of visual and virtual-digital.

**Keywords:** digital image; digital culture; hybrid vision; technology; Google.

## Introdução

Ao iniciar o projeto de pesquisa que originou este artigo, não seria possível dimensionar como o imaginário e a memória seriam preponderantes na investigação da imagem digital como um signo cultural contemporâneo. A proposta investigativa era abordar a mediação imagética digital de uma visita virtual ao museu. O caminho metodológico demonstrou que esta mediação somente pode ser concebida dentro de uma epistemologia imagética.

Este artigo é resultado de um projeto de pesquisa empírica desenvolvido no programa de mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos, que através do método pesquisa-ação realizado com um grupo focal, utilizou o *Google Arts and Culture*<sup>2</sup> para realizar visitas virtuais aos museus Louvre, MoMa e Inhotim sendo posteriormente realizada a visita presencial ao museu Inhotim. As referências constantes sobre a mediação digital do *Google Arts and Culture*, bem como a evocação das experiências virtuais e presenciais de visitas ao museu, refletem os dados recolhidos durante a pesquisa empírica supracitada.

Conceituar a imagem em uma dinâmica simbólica virtual denota ressignificar a memória, a sobrevivência e a representação do visual. Implica ainda pensar como ferramentas como o *Google Arts and Culture* estão deslocando o eixo epistemológico da cultura visual através de dispositivos que permitem o acesso, a manipulação e o intercâmbio quase sem limites das imagens na rede.

Para discutir o conceito de imagem dentro de uma vertente digital serão relacionados os textos de Barthes (1990; 1984) e Didi-Huberman (1998) com prodígios digitais

---

<sup>2</sup> Google Arts & Culture é um aplicativo gratuito desenvolvido pelo Google para Android e *iPhone* (iOS). O serviço mostra endereços de exposições em museus, permite visitas virtuais em espaços de arte pelo mundo, ver obras renomadas e seus criadores. A Ferramenta *Google Arts and Culture* pode ser acessada em <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/?hl=pt-BR>



estabelecidos pela “Era Google”, levando em consideração as novas formas de relacionamento entre o estatuto cultural da imagem e o universo digital.

Benjamin apresenta a imagem (presente e passada) como uma sobrevivente, por meio da qual é possível realizar a legibilidade da memória (Benjamin, 1983). Todavia, como pensar em sobrevivência na imagem digital? Cantinho (2016) traça um paralelo sobre a legibilidade da memória imagética nos textos de Benjamin e Warburg, concluindo que a imagem se constrói por meio da significância visual dos signos, que são resgatados para se construir a imagem memorativa. Porém, ao pensar que as imagens digitais são resultado do resgate de uma combinação binária, que representa pontos de luz na tela, como construir uma memória imagética?

Benjamin e Warburg realizaram os seus trabalhos num momento em que a imagem somente era concebida como uma representação da realidade ou do imaginário. A imagem digital rompe com esta relação representativa, pois os algoritmos podem representar imagens que não possuem qualquer relação com o imaginário e/ou com a realidade visual.

A imagem digital pode mudar de acordo com o comando e reagir de forma interativa e instantânea através da manipulação do usuário. Da mesma forma que é necessário pensar em fruição e aura digital, a imagem digital também anseia por um novo estatuto representativo. O *pathos* digital não está ligado às reações emotivas, pelo contrário, representa uma neutralidade matemática. Warburg define a imagem como um “fenômeno antropológico total”, o espaço-tempo em que a cultura pode ser legível. A imagem digital rompe com este conceito. Ela não pode ser concebida como um “fenômeno antropológico total”. O Google é um representante legítimo de como imagens digitais se afastam da concepção antropológica e se alinham com os fenômenos mecatrônicos.

Os sistemas digitais complexos podem materializar imagens que nunca ocorreram no imaginário nem tampouco foram visualmente existentes ou experimentadas. A representação digital está criando um novo estatuto imagético no qual a liquidez dos algoritmos está transformando a experiência da visualidade e da legibilidade (Vidal, 2015: 312).

Barthes faz uma análise etimológica da palavra imagem, que está ligada à raiz *imitari*, conectando imagem à representação mimética (Barthes, 1990: 27). Esta definição avança de forma semiológica para chegar à construção linguística: “imagem é representação, isto é, ressurreição e sabe-se que o inteligível é tido como antipático ao vivenciado” (Barthes, 1990: 27). De forma quase poética, Barthes apresenta a legibilidade da imagem por meio de uma relação de significação em que a capacidade cognitiva da visão aciona a memória para se chegar a uma textualidade do que se vê,



gerando um renascimento imagético que pode não ter sido experimentado, mas se manifesta de forma inteligível.

Baseados nestas reflexões serão apresentados dois panoramas para situar a imagem digital no universo imagético contemporâneo, o primeiro irá abordar as construções virtuais e seus desdobramentos no universo da representação imagética digital (nas redes). No segundo panorama será apresentada a visualidade dentro de uma perspectiva do valor de culto e acesso das imagens no universo virtual. Finalmente, nas considerações finais, será apresentada uma análise que irá condensar as reflexões sobre estes dois panoramas, para construir uma perspectiva da (in)visualidade imagética no universo da representação digital-virtual.

## 1. Imagem virtual: cultura digital

Situar a imagem digital no universo digital das redes, leva à reflexão sobre o arcabouço imagético quase infinito, como aquele disponível no Google. Esta universalidade construída através da manifestação das imagens digitais nas telas confirma a definição semiológica de Barthes: as imagens digitais podem ser acessadas sem que haja uma fronteira temporal, permitindo uma ressurreição imagética. Através de fragmentos memorativos, é possível chegar a uma legibilidade, que exponencialmente não foi experimentada ou vivida. Este renascimento desconectado da vivência poderá ser observado durante uma visita virtual ao museu. A textualidade da imagem explode ao permitir que um grupo (que não possua fluência em francês) realize uma visita virtual ao Louvre. As imagens digitais, em sua transição na tela, conseguem ser textuais a ponto de mediar uma visita ao museu, mesmo a maioria do grupo não possuindo qualquer conhecimento prévio do *Google Arts and Culture* e/ou do museu em questão.

Barthes continua sua análise semiológica lançando um olhar crítico para as imagens publicitárias. Segundo ele, nestas imagens, a significação é intencional. Na clássica análise sobre a imagem publicitária das massas *Panzani*, Barthes apresenta os aspectos conotativos e denotativos da imagem, onde se encontram respetivamente os aspetos simbólicos e icônicos das imagens (Barthes, 1990: 28-33). Em uma dinâmica digital, tendem a ser exacerbados os aspectos simbólicos das imagens e reduzidos os aspetos icônicos, uma vez que a imagem digital apela para as relações de significância, para que sejam legíveis.

O Google pode ser analisado como um espaço que opera de forma plena a textualidade das imagens, enaltecendo o seu aspecto simbólico. Através das diversas ferramentas do Google é possível vivenciar a conotação imagética apresentada por Barthes em uma



dinâmica digital. Toda a experiência de navegação através do Google pode ser traduzida pela análise da imagem publicitária de Barthes.

A mensagem linguística (como nas massas Panzani) encontra-se estrategicamente localizada nos rodapés da ferramenta *Google Arts and Culture*, apresentando uma função clara: acrescentar cadeias flutuantes de significados, de modo a combater o terror dos signos incertos.

A função denotativa está explícita nas imagens iniciais da ferramenta, os ícones do sistema deixam claro que tipo de navegação escolher: para acessar uma pintura a óleo existe um quadro; para mudar de cidade existe o ícone de um mapa e todas as demais funções possuem ícones específicos.

Todavia, é na exponencialização da conotação que o Google consegue manifestar o seu gigantismo virtual. Toda a experiência de navegação está representada por uma cadeia simbólica, que torna impossível pensar a produção humana sem que um dos seus estágios não esteja imagetivamente representado no Google. A explosão de acessos e de usuários ocorre quando o Google deixa de ser um site de busca e pesquisa, para ser um provedor de imagens que simbolizam o texto que foi inicialmente digitado. Caso Barthes pudesse vivenciar o turbilhão simbólico provocado por uma simples palavra digitada, talvez ele pudesse ter vislumbrado uma retórica da imagem em expansão (por meio das redes digitais).

A retórica da imagem em Barthes é construída através da legibilidade da mensagem simbólica, que é descontínua, mesmo havendo uma relação de significância que, a priori, possa parecer abranger toda a imagem (Barthes, 1990: 34-42). É ainda um signo separado dos demais que são necessários à leitura plena da imagem. O que de fato irá compor a visualidade simbólica da imagem será a bagagem cultural de cada indivíduo, pois a originalidade do sistema imagético está justamente nas possibilidades de leitura de uma mesma lexia (Vidal, 2015). A diversidade das leituras não é, entretanto, anárquica, depende do saber investido na imagem.

O léxico é uma parte do plano simbólico (da linguagem) que corresponde a um conjunto de práticas e de técnicas; é exatamente o caso das diferentes leituras da imagem: cada signo corresponde a um conjunto de atitudes. Há, em cada indivíduo, uma pluralidade de léxicos. Em Barthes, a imagem é inteiramente ultrapassada pelo sistema do sentido. A língua da imagem não é apenas o conjunto de palavras emitidas, é também o conjunto de palavras recebidas (Barthes, 1990: 38-42). A retórica aparece assim, como face significante da ideologia. A retórica da imagem barthesiana só poderá ser constituída a partir de um inventário cultural suficientemente vasto, que permita a legibilidade da distinção estrutural entre mensagem literal e mensagem simbólica.



O trabalho de Barthes, em “O óbvio e o obtuso”, representa um olhar semiológico a respeito da imagem. Pensar a semiologia da imagem digital deste artigo é entender como se constrói o discurso do Google em relação às imagens digitais (Barthes, 1990). Os sistemas Google realizam a construção das imagens através da união de fragmentos informacionais, que irão representar a textualidade das imagens digitais por meio de *pixels*, significando o elo discursivo entre os oradores: o homem e o dispositivo computacional.

Não é possível realizar um recorte imagético como Barthes o fez em relação à publicidade das massas *Panzani*. Todavia, ao lançar um olhar para as imagens disponíveis no dispositivo *Google Arts and Culture*, evidencia-se a atualidade do texto barthesiano. Em uma ferramenta de acesso às artes e culturas mediadas pelo banco de dados do Google, toda a imagem se torna publicitária dela mesma. Logo, é possível notar, de forma clara, as mensagens textuais (que localizam dentro da virtualidade o usuário), a clara denotação que deve remeter o indivíduo a um local físico que seja diretamente reconhecido (Nova York, Paris, Lisboa, São Paulo) e, por fim, de forma não experimentada por Barthes, ocorre uma explosão simbólica, pois a interação com a ferramenta (o deslocar pelo museu) cria novas imagens.

Ao criar novas imagens, o próprio sistema torna-se portador de uma pluralidade de léxicos, que irá somar-se à bagagem simbólica de cada indivíduo, criando uma projeção geométrica de lexias jamais pensada em relação às imagens. Este é o resultado de uma relação simbólica digital, em que as máquinas (computadores, *smartphones* e dispositivos portáteis) podem criar signos através de sistemas numéricos. Para se pensar uma retórica da imagem digital, é necessário ceder à possibilidade de uma semiologia das máquinas.

A retórica da imagem barthesiana está contida nas imagens digitais. Entretanto, o que deve ser elucidado, em uma releitura deste texto, é a evidente maximização da mensagem conotada. A conotação tende a ser a mensagem suprema contida nas imagens digitais, pois a hibridização, a possibilidade de interagir e criar imagens pelo próprio sistema estão transformando a imagem digital em uma representação majoritariamente simbólica.

Acessando o Google, escolhendo a busca por imagens, inserindo na linha de pesquisa a palavra museu, o sistema, em menos de um segundo, irá retornar mais de um milhão de imagens. Diante dessa possibilidade, a relação de conotação será majoritária, pois a mensagem textual é praticamente inexistente, a mensagem denotativa perde a sua legibilidade diante de um oceano de imagens. Não há como enumerá-las como na imagem das massas *Panzani*. O excesso de ofertas faz com que a conotação seja



bloqueada. O que leva o indivíduo a escolher uma imagem é justamente esta relação simbólica, conotada, que permite um reconhecimento léxico.

É a bagagem simbólica do indivíduo que permite que ele acesse uma dentre um milhão de imagens. O *Google Arts and Culture* se apresenta dentro do universo de imagens disponíveis no Google como um mediador, que permite filtrar quais imagens serão representadas em um acesso, podendo ser um Caravaggio ou todo o acervo do MoMa. A ferramenta digital assume a mediação denotativa, o usuário entrega uma descrição icônica ao Google e recebe de volta uma seleção conotativa.

A imagem digital desordena a relação retórica apresentada por Barthes em um reinado imagético, onde o Google é o soberano. A mensagem textual é acrescentada por meio de um dispositivo eletrônico nas imagens reproduzidas na tela (Barthes, 1990). As ferramentas Google se apoderam da mensagem icônica (denotativa) e materializam, nas telas, imagens digitais que representam o que foi solicitado textualmente. Ao indivíduo fica delegada a mensagem simbólica e a lexia, que não são premissas exclusivas destes, são compartilhadas e hibridizadas através da interação e do surgimento de novas lexias e simbologias digitais.

A reflexão sobre um estatuto digital da imagem demonstra que é necessário despir-se de alguns fantasmas teóricos e de alguns paradigmas acadêmicos. Talvez seja necessário estar como o homem nu de Lévi-Strauss, que busca reconquistar a cultura. Barthes em *A Câmara Clara* (1984) coloca-se como este homem, que, se despindo, pode abordar outro ponto de vista imagético: o do olhar (Barthes, 1984: 20).

Ao elucidar o ponto de vista do observador (*spectator e operator*), Barthes está premonizando o advento das imagens em rede. As imagens disponíveis na rede seguem esta dinâmica de forma clara, a imagem digital interessa apenas ao observador. Na realidade, ela somente se materializa para o observador, se não há um observador. Então, a imagem digital não passa de uma possibilidade eletrônica.

O *spectator* é o usuário, que está à mercê dos jornais, livros, álbuns fotográficos, redes sociais (todos) virtuais, que existem apenas enquanto imagens digitais. As ferramentas como o *Google Arts and Culture* assumem o papel do *operator*, pois são responsáveis por espiar, enquadrar e colocar em perspectiva as imagens que estão acessíveis às telas.

Barthes trata a fotografia como um novo tipo de imagem, diante da qual é necessário colocar-se como um homem ingênuo, não cultural, que não cessaria de se admirar com fotografia (Barthes, 1984: 21-38). Em uma narrativa de rara beleza, Barthes conduz o leitor em viagem ao imaginário da simbologia imagética: através de reações memorativas, a fotografia possui o poder de despertar anseios, reflexões e pensamentos através da imagem.



Através do mito da mãe (pano de fundo de *A Câmara Clara*), Barthes apresenta a imagem capturada, como sendo uma tentativa do homem de lidar com a realidade, a vida e a morte, revivendo os mitos através da imagem (Barthes, 1984: 42). Partindo do pressuposto do imaginário, a imagem digital acaba por romper com esta relação; ao se tornar virtual, uma fotografia pode ser manipulada, alterada, hibridizada, rompendo com esta relação de realidade, vida e morte.

Continua-se, porém, revivendo os mitos através da imagem. A cada busca realizada no Google, mitos são revividos, reconstruídos e ressignificados através da imagem. O Google é o próprio mito da imagem digital, ele não pode ser concebido, acessado ou materializado, senão através da imagem digital. O Google é o *studium* das imagens digitais.

Barthes apresenta o *studium* como sendo o registro da câmara escura, a condensação da imagem que está disponível ao olhar e ao intelecto (Barthes, 1984: 40-41). É justamente este o papel do *Google Arts and Culture*: condensar através de imagens digitais a simulação de uma visita virtual ao museu, que se oferece ao olhar através das telas digitais, criando uma vivência intelectual de fruição e contemplação mediados tecnologicamente.

No entanto, *A Câmara Clara* (Barthes, 1984) apresenta um conceito que demonstra a atualidade do texto barthesiano: o *punctum*. A construção barthesiana apresenta um olhar ligado à afetividade e não ao intelecto. Este momento de alvura que torna a imagem gritante ao corpo e não ao intelecto, o indizível e/ou inesgotável da imagem é o que Barthes define como *punctum*. Nas palavras de Barthes: “uma foto é sempre invisível: não é ela que vemos” (Barthes, 1984: 18).

Na segunda parte de *A Câmara Clara* (Barthes, 1984), o *punctum* assume uma outra dimensão, a do tempo que, implacável, demonstra o prenúncio da morte, do passado. Em suma, o *punctum* é um suplemento, o algo mais além da imagem pura que se contempla, é um sentido que supera a significação linguística, que está ligado às reações afetivas.

De forma elementar, a afetividade despertada pelos desejos, a temporalidade contemplativa do momento passado, estão presentes nas imagens digitais assim como Barthes preconizou, o *punctum* está presente na fotografia e em toda a imagem estática (Barthes, 1984: 36). Não importa se a imagem existe ou é uma simulação computacional, a capacidade de transparecer para cada indivíduo uma reação afetiva sobrevive em todas as imagens (digitais ou não). Esta sensibilidade é inerente ao imaginário, pois está ligada à subjetividade e não ao meio.

Em um rápido passeio pelo *Google Arts and Culture*, qualquer imagem que se projete na tela é passível de despertar uma invisibilidade que está ligada às relações afetivas



de cada indivíduo que a contemple (Vidal, 2015: 620). Durante a realização das visitas virtuais aos museus, os participantes puderam experimentar o *punctum* das imagens projetadas na tela, quando as mesmas falavam do que conseguiam sentir através da visita virtual. De forma inconsciente, elas estavam descrevendo o *punctum* de cada visita virtual, que representava aquela parcela da visita virtual ao museu.

Para finalizar esta definição conceitual da imagem, é necessário refletir sobre a capacidade crítica da imagem, Didi-Huberman em sua obra “O que vemos, o que nos olha” (1998), dedica um capítulo à imagem crítica. Didi-Huberman inicia sua análise através dos potenciais tautológicos da imagem, evocando a dialética da imagem, por meio da qual a imagem é constituída não por pura sensoriedade, nem por pura memoração, mas sim pela aura. Segundo Didi-Huberman: “Falar de imagem dialética é lançar uma ponte entre a dupla distância dos sentidos” (Didi-Huberman, 1998: 170): os sentidos sensoriais, o ótico e o tátil, e os sentidos semióticos (com seus equívocos, seus espaçamentos próprios).

Retomando o texto de Benjamin, Didi-Huberman parte para a definição de origem como uma forma de conceituar a dialética da imagem. A origem não emerge dos fatos constatados, mas diz respeito à sua pré e pós-história (Didi-Huberman, 1998: 170). A origem não é a fonte, não tem por tarefa nos contar a “gênese das coisas”, a origem é um “turbilhão no rio”, a origem surge como um sintoma.

Para Benjamin, “somente as imagens dialéticas são imagens autênticas” (Benjamin, 1994: 345), neste caminho Didi-Huberman (1998: 171) propõe que uma imagem autêntica deveria se apresentar como uma imagem crítica. Uma imagem em crise, que critica a própria imagem, seria uma imagem que lança um olhar sobre o observador e, ao fazê-lo, obriga a olhá-la reciprocamente para poder textualizá-la, não de forma transcritiva, mas constitutiva.

Segundo Benjamin, a ambiguidade é a imagem visível da dialética, compreendida como uma ritmicidade em choque, que constrói a beleza da imagem e lhe confere também seu valor crítico (Benjamin, 1994), entendido como valor de verdade, complementa Huberman (Didi-Huberman, 1998). Logo, a verdade se apresenta como conteúdo da beleza: “é maior grau de luz performático da imagem” (Didi-Huberman, 1998: 172). É neste momento crítico que pode ser observada a dialética imagética.

Não há imagem dialética sem um trabalho crítico da memória, confrontada a tudo que resta, sendo indício daquilo que foi perdido. A memória apresenta uma construção arqueológica na qual os locais onde foram encontrados os objetos, dizem tanto quanto os próprios objetos. A experiência cognitiva, ética e estética permite significar e situar a imagem dialética como lugar por excelência onde se poderia considerar o que nos olha verdadeiramente no que vemos (Didi-Huberman, 1998).



Didi-Huberman, apresenta a imagem crítica como sendo uma significação da imagem dialética. Todavia, como pensar em uma imagem dialética em uma dinâmica digital? Uma imagem crítica digital deve ser observada diante de uma estética digital que permita deslocar a sensoriedade e a memoração para o campo da mediação tecnológica. A origem, nas imagens digitais, não pode ser precisamente estabelecida, elas se comportam de acordo com as dinâmicas computacionais, o “turbilhão no rio” pode ser interrompido a cada manipulação ou intervenção virtual.

A imagem digital possui a capacidade de não dirigir o seu olhar ao observador, mas sim entregar-lhe em essência, para que este não somente a olhe, mas a manipule para a constituir fisicamente e não de forma cognitiva. A ambiguidade de uma imagem digital pode ser intencionalmente manipulada, e se assim o for, como falar de valor de verdade? Como pensar em valor de memória em uma relação de significância que pode ser indiferente à criação humana? Se a linguagem é o local onde se podem encontrar as imagens dialéticas, qual o local das imagens digitais, a linguagem das máquinas? São necessárias maiores discussões e estudos para poder conceituar as imagens digitais em uma relação dialética. Somente será possível discutir a dialética na imagem digital, a partir de uma construção em que os valores memorativos, estéticos e antitéticos também possuam sua vertente digital.

Portanto a imagem digital, como instrumento fundamental que possibilita a visita virtual ao museu, é resultado de uma complexificação das imagens, onde o local de existência e criação são indefinidos, a sua relação de legibilidade se manifesta majoritariamente de forma simbólica. A mensagem icônica das imagens digitais encontra-se terceirizada às ferramentas tecnológicas como o *Google Arts and Culture*, cabendo ao observador o papel de apresentar a mensagem textual para então receber a contextualização através das telas.

As imagens digitais se materializam apenas sobre o aspecto do observador, mantendo a capacidade de sensibilizar e despertar sentimentos e sensações. Ainda não é possível definir uma imagem digital como sendo dialética e/ou crítica. Nesta concepção estrutural das imagens digitais, é fundamental destacar que, embora sejam efêmeras, fluidas e mediadas, estes simulacros tecnológicos estão ressignificando as formas de produção e consumo simbólico. A cultura digital é um reflexo da explosão imagética nas redes, o simbolismo digital encontra sua matriz cultural no universo das telas. Conceituar as imagens virtuais em rede é definir o Google como tempo-espaço onde elas navegam à espera de um chamado das telas, para então serem hibridizadas, consumidas e alteradas e então voltarem a navegar sob outra forma e com outra roupagem.



## 1.1. Valor de culto e acesso imagético virtual

Para conceber uma relação entre reprodutibilidade técnica e ambientes virtuais, é necessário realizar uma releitura do texto de Benjamin, no qual se buscará elementos que conjuguem a relação entre reprodução, contemplação e aura em uma dinâmica onde a digitalização exponencializa (viraliza) as formas de reprodução técnicas das artes em representações virtuais.

Benjamin apresentou o conceito de “inconsciente ótico” (Benjamin, 1994: 94) com o objetivo de apresentar a construção teórica de que “a diferença entre a técnica e a magia são uma variável totalmente histórica” (Benjamin, 1994: 95). Para se trazer essa conceituação à realidade do início do século XXI, é necessário acrescentar a variável tecnológica-digital, na relação de dependência entre as construções de “valor de culto” e “valor de exposição” proposta por Benjamin: “Como a fotografia, o valor de culto começa a recuar, em todas as frentes, diante do valor de exposição” (Benjamin, 1994: 174).

A definição de valor de culto existe desde a concepção da arte como forma de representação, origina-se do registro de imagens pelo homem com o objetivo de demonstrar ações, valores, crenças ou simplesmente da vontade de transformar em imagem um momento ou instante. Também pode ser atribuída pela concepção de aprendizagem (ensinamento), e ainda pode ser concebida como objeto de contemplação, à qual Benjamin (1994) atribui os efeitos mágicos.

Os temas apresentados por esta arte (mágica) eram as representações do homem e seu meio. Neste momento histórico até ao advento das artes clássicas, a sociedade acreditava na técnica como forma ritualística de representação. No período clássico, a arte se mantém por longo tempo no ocidente a serviço da magia (da representação), e passa então à tutela religiosa. No período do Renascimento, o valor de culto se manifesta nas formas ortodoxas e profanas de culto ao belo. Essa breve avaliação sobre o valor de culto, desde o primórdio das artes, revela uma íntima ligação do culto com os ritos de representação, que apenas se manifestam através das mãos humanas.

Benjamin (1994: 121-124) considera que a relação umbilical da concepção artística ao rito, que desencadeia a tradição de culto à obra de arte, sofrerá abalo incomensurável com o surgimento da primeira técnica de reprodução, a fotografia, a qual levou a arte a uma profunda crise que redefiniria suas concepções representativas e estéticas (Benjamin, 1994: 121-124). Para Benjamin, a reprodução técnica destitui a obra de arte de seu valor de culto fundado na aura de um objeto único e original, e na sua apreciação diante da presença física (presencial), no aqui e agora único da obra original, a favor do acesso mais democrático da obra de arte reprodutível (Benjamin, 1994: 126-134). A



perda da aura, em detrimento da reprodutibilidade técnica, desencadearia uma modificação na função social da arte, tendo em vista a possibilidade de democratização e universalização da estética.

A posição de Benjamin (1936/1994) não apresenta alinhamento ideológico com os seus contemporâneos na escola de Frankfurt. Adorno e Horkheimer acreditam que a obra de arte original é acessível a uma elite, que distorce interesses e manipula aqueles que não possuem condições socioeconômicas para aceder às obras originais, logo postulam que a reprodução é fator preponderante para a extinção da originalidade. Benjamin considera que a reprodução, por meio da técnica, cria meios necessários à emancipação do valor de culto intimamente ligado à obra de arte desde o surgimento da arte e de sua concepção no contexto da tradição. O valor de culto através da reprodução seria inversamente proporcional ao valor de exposição.

Com a reprodução, crescem as oportunidades de exposição (apreciação), a obra torna-se disponível a maior número de apreciadores (ou observadores). Se o valor de culto apresenta como premissa o contato com a obra original; logo, a contemplação é limitada por grupos restritos. Com a reprodutibilidade, a arte se tornaria exponencialmente acessível; logo, o valor de culto cederia lugar ao valor de exposição.

Ao lançar uma luz sobre a visita virtual ao museu, pode ser observado que as questões sobre valor de culto e ampliação de acesso, apresentadas por Benjamin são deveras atuais, uma das maiores questões que se observa na literatura acerca da contemplação virtual das artes, está justamente na deslocalização (perda da sacralidade do museu) e na explosão do número de usuários que podem consumir as representações artísticas através das mídias digitais (Benjamin, 1994). Ao se realizar uma releitura do texto de Benjamin, pode se observar que a chamada “revolução digital” está mais uma vez modificando o panorama de acesso e contemplação às artes. Será possível pensar em valor de culto em representações virtuais? Como conceber a originalidade em imagens que estão representadas por algoritmos? As representações digitais estão ressignificando as concepções de valores de contemplação e acesso às artes.

Após a apresentação dos principais valores que constroem a narrativa benjaminiana sobre a reprodutibilidade técnica das artes, é necessário realizar uma releitura para situar a obra de Benjamin, em uma relação de significância digital. Se pensarmos o Google enquanto tempo-espaco, onde as “obras” (em formato de imagens) navegam e se oferecem à efemeridade de um clique ou de um comando de voz, está sendo desconstruído o valor de culto (Benjamin, 1994). Não há qualquer sacralidade em se visitar o Louvre enquanto se espera para ser atendido por um médico.

Uma mudança radical implementada pelos acessos virtuais é, sem dúvida, a desconstrução do rito, entrega-se o rito à mediação do dispositivo. O rito de uma visita



virtual ao museu está contido no *Google Arts and Culture*, não cabe ao usuário o ritual, ele simplesmente está digitalizado em uma forma padronizada e disponível a todos. Se existe equivalência cultural de formato e contemplação, o ritual dissolve-se. O texto de Benjamin pode ser evocado para confirmar esta construção: “À medida que as obras de arte se emancipam do seu uso ritual, aumentam as ocasiões para que elas sejam expostas” (Benjamin, 1994: 127).

A explosão imagética criada pelos acessos virtuais aos museus está tornando a exposição omnipresente, ela sempre estará ao alcance do usuário. Se existe alguma sacralidade digital, ela está sendo realizada pelas ferramentas do Google que criaram um pequeno ritual digital, no qual você deve se manifestar para existir dentro da ferramenta, ou seja, seu login e senha, que carregam uma carga digital que contém a sua marca cultural digital.

## Considerações Finais

Duas releituras são fundamentais para construir uma perspectiva da (in)visibilidade imagética no universo da representação digital-virtual: autenticidade e aura. Pensar esses dois conceitos, em uma versão digital, é fundamental para a discussão de uma visita virtual ao museu, que somente é possível através da mediação imagética digital. Lançar um olhar epistemológico sobre autenticidade e aura, em uma existência digital, possui uma complexidade acadêmica que este artigo não consegue alcançar, o que se pretende é apenas lançar um olhar digital sobre estes dois conceitos.

Uma obra de arte virtualizada é representada por uma construção imagética digital, que pode ser reconstruída de forma semelhante em todos os dispositivos. Ao observar o funcionamento do *Google Arts and Culture*, verificamos que esta plataforma possui a capacidade de criar os ambientes virtuais para que se possa realizar uma contemplação de um museu ou de uma obra, porém, a forma como os dedos conduzem o olhar irão determinar as várias formas (da obra de arte em questão) que serão materializadas na tela. Todavia, existe, neste momento, um paradoxo no conceito de reprodução, o *Google Arts and Culture* transporta para a tela uma cópia digital que permite contemplar a história da obra, as transformações que ela sofreu com a passagem do tempo e da sua estrutura física. Em uma visita virtual mediada pelo *Google Arts and Culture*, a reprodução se dá no campo da imagem, a obra não está sendo reproduzida de forma técnica, a cópia digital ocorre como se fosse um recorte do espaço-tempo do local onde a obra se encontra.



Não é possível realizar uma analogia da visita virtual ao museu, ou de todo o acervo artístico disponibilizado pelo Google, apenas com a fotografia. As imagens projetadas na tela não possuem enquadramento e nem representam um recorte específico de uma objetiva. As imagens se movimentam de acordo com o desejo do observador. A análise das imagens digitais interagindo com o usuário e com as obras de artes criam uma espécie de “aqui e agora” da obra, que permitem remeter-se à sua autenticidade.

Por estar em uma relação de contemplação com a obra exposta (original), em um olhar apenas contemplativo, a autoridade de produção manual original está sendo preservada e, quando se interage ou se altera digitalmente a obra que está sendo contemplada nas telas, não há qualquer interferência em relação ao original. Dessa forma, a autonomia da cópia técnica em relação ao original perde a sua relação comportamental, conforme descrito por Benjamin. As alterações e as interações digitais em relação às obras de arte virtualizadas, ocorrem no campo imagético. É possível acentuar determinados pontos, ampliar outros, alterar as cores, a iluminação, mas a ótica natural da obra estará mantida em seu original exposto.

O que ocorre em relação à autenticidade das obras, em uma visita virtual ao museu, está diretamente ligado à dessacralização dos museus e das próprias artes que a imagem digital estatizou. As imagens digitais se desligam das reproduções técnicas, que necessitam do original para existirem. Nessa dinâmica, o Google assume o lugar da catedral e leva o estúdio amador para a nave principal. Uma obra de arte disponível digitalmente não destrói a autenticidade do original, pelo contrário, ela passa a ter uma autenticidade própria, fluída e inerente às redes.

Uma imagem digital busca seu “aqui e agora” no imaginário digital, a tecnologia torna autêntica uma imagem que só pode ser concebida pela própria tecnologia. Vive-se um momento em que desconsiderar tal autenticidade é fechar os olhos ao crescimento da cultura digital.

O acesso artístico através do *Google Arts and Culture* demonstra, em um primeiro plano, que se está acessando o original, a cópia está no universo das imagens que é apenas o meio pelo qual o virtual se oferece. Não se discute, neste momento, as formas como a ferramenta Google está virtualizando, ou se esta consegue transmitir a mesma fruição que a obra original. Dessa forma, é necessário pensar em uma autenticidade digital, que é autêntica em relação ao imaginário, mas que, em sua fluidez digital, não prejudica a originalidade da obra, mesmo que se interaja e altere a mesma. A autenticidade digital se manifesta não no campo físico da reprodução, mas no imaginário das telas.

Sendo possível abordar uma autenticidade digital, conseqüentemente é necessário refletir sobre uma aura digital. Segundo Benjamin, de forma geral, pode-se dizer que a técnica da reprodução destaca o domínio da tradição: o objeto reproduzido (Benjamin,



1994: 172). Na medida em que ela multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial, logo, a reprodução atrofia a aura. Pensar uma aura digital é entregar-se a uma forma digital de conceber a existência única da obra enquanto elemento físico e considerar que sua existência única também pode estar disponível em uma forma virtual.

O que transformou o Google no maior conglomerado digital do planeta foi justamente a capacidade que este *locus* possui de tornar possível uma existência única informacional através das redes. Ao se entrar com uma informação em um sistema do Google, está-se criando uma experiência existencial única em relação àquele objeto pesquisado. Embora efêmero, aquele momento em que a informação se materializa em forma de uma imagem digital, representa um “aqui estar” únicos, que, embora fluído e com uma estrutura tradicional que dura apenas o tempo de sua exposição na tela, é uma experiência única e autêntica.

Ao realizar um recorte dentro do universo Google, buscando apenas as referências contemplativas do *Google Arts and Culture*, ao acessar um museu ou uma obra de arte, existe uma razão experimental única. Esse momento contemplativo enseja uma aura, que contém uma razão única espacial e temporal. Ocorre uma experiência invisual, que é deveras diferente da presença física da obra, mas é certo que existe algo que enseja um momento contemplativo único. A representação digital permite que seja experimentada uma fruição elementar, que ocorre de forma mediada, mas que não pode ser ignorada.

A aura digital reside na explosão da reprodução imagética nas telas. A capacidade de interagir e modificar a imagem em tela, sem que haja qualquer intervenção no original, não gerando uma cópia técnica do mesmo, torna possível a manifestação dinâmica da aura digital. A interação do usuário com a obra em formato digital cria um momento único, que constrói uma aura que reside na invisualidade das imagens digitais: o seu existir numérico que possibilita a legibilidade imagética através da interação entre corpo e tecnologia (Vidal, 2015: 287).

Para conceber e perceber a manifestação de uma aura digital em uma relação mediada pelo *Google Arts and Culture*, ao realizar uma visita virtual ao museu (ao acessar uma obra), é necessário despir-se de um academicismo tradicional, e lançar um olhar especial para as novas formas (virtuais digitais) de se poder contemplar, consumir, (re)produzir, interagir e (re)significar os objetos artísticos e simbólicos. Assim como Barthes se despiu do semiólogo para analisar a fotografia em *A câmara clara*, é necessário despir-se dos conceitos estéticos e filosóficos que construíram a aura benjaminiana, para poder “enxergar” o momento único que existe na contemplação de uma imagem digital. Aquele espaço-tempo elementar que acontece nas telas digitais,



que transporta o imaginário e a memória para além da visualidade imagética, que suga o usuário para uma construção simbólica além do representado, que se entrega à interação, é o lugar onde sobrevive a aura digital.

## Referências bibliográficas

Arantes, P. (2008). *Arte e mídia: perspectivas da estética digital*. São Paulo: Editora Senac.

Ascott, R. (1997). *A arte no século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Editora Unesp.

Barbero, J. M. (2006). *Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século*. Rio de Janeiro: Editora Mauad.

Barthes, R. (1984). *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira.

Barthes, R. (1990). *O óbvio e obtuso: ensaios sobre a fotografia, cinema, teatro e música*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira.

Bauman, Z. (2007). *Vida para consumo: transformações das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar.

Benjamin, W. (1936/1983). A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In W. Benjamin, *Coleção Os Pensadores* (pp. 23-48). São Paulo: Editora Abril Cultural.

Benjamin, W. (1936/1994). A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In W. Benjamin, *Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (pp. 165-196). São Paulo: Editora Brasiliense.

Benjamin, W. (2012). *Benjamin e obra de arte: técnica, imagem percepção*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto.

Benjamim, W. (1936/1994). O autor como produtor. In W. Benjamin, *Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (pp. 120-136). São Paulo: Editora Brasiliense.

Benjamim, W. (2006). *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Benjamim, W. (1931/1994). Pequena História da Fotografia. In W. Benjamim, *Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (pp. 91-107). São Paulo: Editora Brasiliense.

Cantinho, M. J. (2016). Aby Warburg e Walter Benjamin: a legibilidade da memória. *Revista da faculdade de História e do programa de Pós-Graduação em História*, 21(2), 24-38. Retirado de <https://www.revistas.ufg.br/historia/article/view/43380/21805>.

Canton, K. (1997). *Antenas da nova sensibilidade*. São Paulo: Editora Bravo.

Gómez, G. O. (2006). *Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos*. Rio de Janeiro: Editora Mauad.



Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Editora Paz e Terra.

Didi-Huberman, G. (1998). *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo, Editora 34.

Levy, P. (1993). *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Editora 34.

Jameson, F. (2001). *A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização*. Petrópolis: Editora Vozes.

Jameson, F. (1997). *Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Editora Ática.

Leão, L. (1999). *O Labirinto da hipermídia*. São Paulo: Editora Iluminuras.

Maza, A. J. P. (2015). O poder expressivo da teoria dos mundos possíveis nos videogames: quando as narrativas se convertem em espaços interativos e fictícios. *Revista Comunicação e Sociedade*, 27, 273-287. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2101/2021>

Moraes, D. (2006). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Editora Mauad.

Oliveira, C. S. (2015). *No entanto ou o (ab)uso do acesso online em mobilidade*. *Revista Comunicação e Sociedade*, 28, 229-250. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2279/2195>

Oliveira, J. C. (2007). O museu digital: uma metáfora do concreto ao digital. *Revista Comunicação e Sociedade*, 12, 147-162. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1101/1055>

Orozco, G. G. (2006). Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In D. Moraes (org.), *Sociedade midiaticizada* (pp. 81-98). Rio de Janeiro, Editora Mauad.

Santaella, L. & Arantes, P. (2008). *Estéticas tecnológicas. Novos modos de sentir*. São Paulo: Editora Educ.

Santaella, L. (2003). *Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultural*. São Paulo: Editora Paulus.

Stelarc, A. (1997). *Das estratégias psicológicas às ciberestratégias: a protética, a robótica e a existência remota*. São Paulo: Editora Unesp.

Vidal, C. (2015). *Invisibilidade da Pintura: uma história de Giotto a Bruce Nauman*. Lisboa: Editora Fenda.

Virilio, P. (1993). *A imagem virtual mental e instrumental*. Rio de Janeiro: Editora 34.

Wiener, N. (1970). *Cibernética*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.



**Fernando Lopes** é graduado em Relações Internacionais, Mestre em Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Brasil) e discente do programa de Doutorado em Estudos Culturais da Universidade do Minho. Tem um interesse nas mudanças em curso nas relações entre cultura e tecnologia, em especial nas manifestações semióticas em que a tecnologia tende a hibridizar-se com os objetos culturais. Dedicou uma atenção especial ao que ocorre no universo da imagem digital como elemento de construção cultural. Atualmente desenvolve uma ampla pesquisa sobre o acesso à imagem, cultura e tecnologia.

✉ [fernandoaugustosilvalopes@gmail.com](mailto:fernandoaugustosilvalopes@gmail.com)