

## **As condições e comunicações da obra de arte na era digital: entrevista com Arturo Colorado Castellary**

---

## **Las condiciones e comunicaciones de la obra de arte en la era digital: entrevista con Arturo Colorado Castellary**

---

## **The conditions and communications of the work of art in the digital era: interview with Arturo Colorado Castellary**

---

*Rose de Melo Rocha*<sup>1</sup>

*Daniel B. Portugal*<sup>2</sup>

*Fernanda E. Budag*<sup>3</sup>

*No dia 25 de junho de 2009, recebemos o Prof. Dr. Arturo Colorado Castellary para uma entrevista, promovida conjuntamente pelo CAEPM (Centro de Altos Estudos de Propaganda e Marketing da ESPM) e pelo Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM. O Prof. Colorado é especialista em patrimônio cultural, arte e TICs (tecnologias da informação e da comunicação). É professor de História e Análise da Arte Visual da Universidade Complutense de Madri. Autor, entre outros, dos livros *Hipercultura visual*, *Êxodo e exílio da arte*; é co-autor do livro *Patrimônio cultural e tecnologias da informação e da comunicação*. Na entrevista que segue, Castellary analisa com humor e consistência algumas das principais mudanças que se operam na esfera da arte com o advento da cultura digital.*

1 Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP com pós-doutorado em Ciências Sociais/Antropologia na PUC-SP. É Coordenadora Adjunta do Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP, onde também atua como professora e pesquisadora. E-mail: rrocha@espm.br.

2 Mestrando em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP. Bolsista Fapesp. E-mail: daniel@espelho-detinta.com.br.

3 Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP. Atualmente Pesquisadora jr. do mesmo Programa. E-mail: fbudag@espm.br.

**REVISTA CMC.** Professor, antes de tudo, bem-vindo. Gostaríamos de começar com uma provocação. Em maio de 1968, na França, os grafites diziam: “vamos derrubar os muros das escolas”. Agora, em junho de 2009, a proposta seria, em certo sentido, “derrubar os muros dos museus”? E o que exatamente isso significaria?

**Arturo Colorado Castellary.** A pergunta me parece muito interessante, principalmente porque sou da geração de 1968 e vivi em Paris nos anos 1968 e 1969. Assim, considero-me, de certo modo, membro da geração de maio de 1968, que derrubou diversos muros e abriu muitas perspectivas para a cultura e para o pensamento. Entretanto, nesse caso, quando falamos da cultura digital, prefiro dizer que ela rompe os muros das instituições da memória, porque a cultura digital universaliza o acesso público através do processo de digitalização dos bens culturais. Ela está rompendo os muros das bibliotecas, dos museus etc., dando acesso universal ao conhecimento. Está se abrindo uma época realmente importante na qual se materializa o “museu sem muros”, do qual nos falava Malraux. Algo como a *Boîte-en-valise*<sup>4</sup> de Duchamp, por exemplo. Rompe-se com as contenções tradicionais da cultura da memória através da cultura digital.

**REVISTA CMC.** É muito interessante esta ideia, sobretudo pensando que, no Brasil, e, principalmente, na cidade de São Paulo, no final dos anos 1970, com o fim da ditadura política, os muros da cidade foram cada vez mais ocupados por grafites, por inscrições, por desenhos que, em determinado momento, propunham transformar a cidade de São Paulo em um museu a céu aberto. Perguntaríamos se a cultura digital pode contribuir para a preservação de manifestações culturais essencialmente efêmeras, como o grafite.

**ACC.** Bem, a arte digital é, por sua própria definição, efêmera. É uma das características fundamentais disso que chamamos genericamente de arte digital. Ela tem também outras características, como estar em permanente mudança, pois é, ao mesmo tempo, tecnologia e arte. E é uma

<sup>4</sup> A *Boîte-en-valise* (caixa-maleta) é uma mala, montada por Duchamp, que contém reproduções em miniatura de suas obras.

arte global, no sentido de que já não existe uma arte localizada, que responda a uma cultura específica, e sim uma arte que se oferece pela internet a todo o mundo, e que, portanto, se insere em uma cultura globalizadora. Diria ainda que, em certo sentido, a arte digital é perigosa e provocadora porque muitas vezes está questionando as próprias bases da cultura contemporânea, o sistema estabelecido e as grandes instituições que criam programas de informática.

Também diria que a arte digital é uma arte dos “nãos” – não é cinema, não é escultura, não é pintura: é algo completamente distinto. É curioso ver que a arte digital se baseia na tecnologia, mas também na vida ao seu redor. E o grafite, que está invadindo as cidades mais importantes do mundo, seria também uma manifestação que se pode considerar artística. Nesse sentido, a arte digital está integrando pintura, escultura, cinema, teatro, texto, imagem, e produzindo uma mudança fundamental.

É necessário incluir a arte digital no âmbito da cultura pós-moderna. Vivemos na época da pós-modernidade, a qual, do ponto de vista econômico, é a época do capitalismo tardio e do liberalismo, que venceu definitivamente. Do ponto de vista cultural, isso significa que vivemos em uma sociedade na qual a linguagem das vanguardas foi completamente afetada pela sociedade: uma sociedade em que não há projetos de mudança – o homem pós-moderno se dedica fundamentalmente a viver o presente, e parece que encara com receio ou com falta de confiança as grandes narrativas e os grandes projetos de mudança. Aqui não há mais mudança. Vivemos no que parece ser o “melhor dos mundos”, e, dentro dessa perspectiva, nos dedicamos a viver o presente e a consumir o passado. É curioso comprovar como o homem pós-moderno sente uma espécie de paixão pelo passado cultural, pelo patrimônio. Nesse sentido, estamos presenciando uma recuperação dos espaços históricos, do patrimônio cultural, e a cultura digital pode colaborar muito para facilitar o acesso universal aos bens culturais. O hábito do grafite, por exemplo, que há pouco tempo se considerava marginal, hoje se inclui no museu com sua capacidade de absorver todas as manifestações, inclusive maquínicas.

**REVISTA CMC.** Fazendo uma relação com o que o senhor argumentava, sobre a arte digital ser a arte dos “nãos”, pensamos que, talvez, um caso extremo desse tipo de arte seja as obras de um artista brasileiro, Eduardo Kac, que produz uma “arte transgênica”. O senhor conhece essas obras?

**ACC.** Conheço a obra de Eduardo Kac e ela me parece ser uma das contribuições mais interessantes da cultura digital e da arte contemporânea. Ele realizou interessantíssimas experiências no campo da arte biológica e da arte transgênica, incluindo o famoso coelho verde, fluorescente, que provocou autêntico escândalo em sua época porque era um animal que surgia a partir da manipulação genética. Kac também demonstrou que, a partir da internet, era possível fazer os usuários participarem de experiências realmente surpreendentes. Atualmente, é considerado um dos grandes criadores da cultura artística contemporânea e sempre com propostas inovadoras e revolucionárias. Suas obras têm aparecido em uma grande variedade de museus. Eduardo Kac disse que sua obra tenta ser um diálogo, tenta romper com a ideia de que o artista só faz objetos. O que ele está propondo é que a obra de arte seja uma relação entre seres vivos.

**REVISTA CMC.** Investindo em um âmbito teórico, perguntamos em que medida o senhor consideraria que o clássico estudo de Walter Benjamin sobre a imagem na era de sua reprodutibilidade técnica ainda pode ser utilizado – e, se sim, como deve ser utilizado – para se pensar as novas tecnologias de reprodução da imagem. Poderíamos falar aqui em uma “reprodutibilidade digital” ou, como propõe o pensador americano W. J. T. Mitchell, em uma “reprodutibilidade biocibernética” da imagem?

**ACC.** O campo da cultura digital está modificando drasticamente a produção de imagens, isso é indiscutível. Mas gostaria de destacar que há uma história da imagem muito antiga, que parte das próprias origens do ser humano, e a cultura digital se insere nessa evolução. Ou seja, estamos vivendo uma autêntica mudança, mas, ao mesmo tempo, ela responde a velhos conceitos e a velhas tradições.

Sobre a história das imagens, podemos dizer que ela se divide em dois grandes momentos: o da imagem única, quando o homem pinta, mas não pode reproduzir de maneira exata essa imagem; e, a partir da aparição da

imprensa, quando surge a história da imagem multiplicada. Assim, começa o que seria uma cultura impressa. É a cultura do livro, a cultura da imagem multiplicada através da impressão. A partir da invenção da fotografia, começa uma época nova que podemos chamar de *videosfera* ou a época da predominância da imagem – da imagem analógica, neste caso: da fotografia, do cinema. A arte foi profundamente afetada pela aparição da fotografia e do cinema. Estou convencido de que não é possível entender o Impressionismo, por exemplo, sem a fotografia. Como não é possível entender o Cubismo sem a aparição da cinematografia. Picasso era um artista profundamente interessado pelo cinema, pelos filmes de Lumière, e eu estou certo de que essa visão múltipla que oferece o Cubismo de um objeto responde à visão múltipla que nos dá a cinematografia.

Exatamente como a fotografia e o cinema, a imagem digital está revolucionando o campo da arte contemporânea, e, acrescentaria ainda, o campo do conhecimento e da cultura em geral. Podemos já falar de um novo tipo de analfabetismo, que é o da pessoa que não tem capacidade de acessar informação e conhecimento através da cultura digital, da internet, da interatividade.

A imagem digital pressupõe, primeiro, uma democratização. Com a aparição, a partir dos anos 1980, de plataformas como o Photoshop, se produziu uma autêntica mudança. Primeiro, no usuário: todo mundo pode usar imagens, criar imagens, manipular as imagens, recriá-las. Segundo, uma revolução no campo do acesso à imagem: ela se oferece através da internet e se universaliza, portanto, universaliza-se a utilização e o acesso à imagem.

Queria citar um campo que me parece absolutamente novo e extraordinário, que é o campo da imagem virtual. Podemos criar imagens tridimensionais, e até tetradimensionais, incorporando o elemento tempo, e, depois, através do que se chama de imagem de imersão, podemos viver dentro da imagem e interagir com ela. Acho que a imagem virtual está revolucionando completamente o campo da criação da imagem digital, mas, ao mesmo tempo, gostaria de destacar que a imagem virtual responde também a uma evolução histórica – isto é, responde a antigas aspirações.

Há uma preocupação desde tempos muito antigos em criar imagens cada vez mais verossímeis, cada vez mais tridimensionais, poderíamos dizer. A revolução do Renascimento, por exemplo, com a invenção da perspectiva matemática, foi a criação de um espaço tridimensional em uma superfície plana, que é o quadro – isto é, recriar, através da janela, de que falava Alberti, a possibilidade de ver uma imagem em três dimensões em um espaço bidimensional. Ao mesmo tempo, uma preocupação fundamental na história das imagens é sua função simbólica: o ato de criar um mundo intelectualizado onde, por meio da imagem, o homem tenta interpretar o mundo.

Bem, a imagem virtual vem coroar esses processos históricos. Se o Renascimento criou a imagem em 3D, ou seja, a perspectiva matemática, o Barroco criou a perspectiva aérea. O Impressionismo pode ser visto como um impacto da fotografia no campo da arte e o Cubismo é uma incorporação do campo da cinematografia. A imagem digital, por intermédio da virtualidade, vem culminar esse processo de entrar na imagem, viver com a imagem e interagir com a imagem, que foi o sonho de artistas por muitos anos. Por exemplo, pensemos em *As meninas*, de Velásquez. O que é *As meninas*, senão um convite a entrarmos no quadro, através dos espelhos, do jogo de olhares? É, portanto, uma aspiração muito antiga que atualmente vemos realizada em muitos níveis.

**REVISTA CMC.** Nesta mesma linha, questionaríamos a natureza do processo de educação dos sentidos que está sendo efetivado por estas novas formas de imagem. Na modernidade, os sujeitos foram se preparando — pela própria natureza da experiência urbana, pelas modificações do sistema produtivo etc. — para interagir com as imagens em movimento, com o cinema, por exemplo. E hoje, de fato, estaríamos em outro momento dessa experimentação, com imagens, como diz um neomarxista, Fredric Jameson, que se tornaram uma nova paisagem, uma segunda natureza. Que tipo de experiência é essa? Que novas sensibilidades estão surgindo? Susan Sontag, em *Contra interpretação*, defende que, por conta dessas novas formas de experimentar as imagens, talvez as obras de arte não devam pretender mais um tipo de fruição que passe pela interpretação

racional — enfim, por uma racionalidade extrema, tecnocientífica, ou pelos grandes mecanismos da Estética (com “e” maiúsculo). Ela diz que, hoje, a arte talvez devesse ser muito mais sentida do que propriamente interpretada. Não seria o caso de buscar na relação com as obras artísticas não um distanciamento e uma contemplação, mas, ao contrário, uma integração e uma relação quase performativa, sensorial, com a arte. O que lhe parece uma argumentação desse tipo?

**ACC.** Estou convencido de que a arte, o que chamamos “arte” — que por certo é uma invenção, que parte do século XV e se firma no século XIX — tem sido comunicação. Comunicação através de imagem fundamentalmente. Porque, quando falo de arte, me refiro fundamentalmente à cultura visual. O velho sistema que, sob o conceito de arte, separa arquitetura, pintura e escultura, parece-me um esquema completamente obsoleto. A arquitetura serve para ficar dentro. Isso seria arquitetura. Os especialistas em arquitetura nos falam dos espaços. Trabalho mais no campo da cultura visual, ou seja, reflito sobre como a imagem tem sido utilizada para a comunicação entre os homens, para transmitir ideias, conceitos, críticas, alternativas, visão de mundo da cultura. É nesse sentido que, quando falo de cultura visual, falo de como o homem ao longo da história tem utilizado a imagem para transformar o mundo.

Nesse sentido, creio que os museus, tal como estão concebidos, são como grandes caixas — grandes mausoléus para a exposição de obras descontextualizadas para a admiração do público, mas que não fornecem as chaves para a compreensão da imagem. E creio que a arte pode ser compreendida. E não somente “pode”, mas deve ser compreendida: devemos tentar compreendê-la. Quando vamos ao museu, vamos ao Louvre, por exemplo, e nos colocamos diante da *Gioconda*, sentimos uma espécie de emoção diante da obra, porque é uma obra mitificada. É talvez o ícone mais importante do que chamaria de “religião da Arte”. Essa é uma religião que se estende com força cada vez maior por todo o mundo.

No século XIX, Nietzsche anunciou a morte de Deus, e não aconteceu nada. Tudo voltou à ordem, porque inventamos uma nova religião, que é a Arte. Mas não estou de acordo com essa religião. Não me interes-

sa a religião da Arte. Como estudioso vinculado ao estudo da arte visual, deveria sentir-me muito contente porque arte está na moda, porque a arte encanta a todos, porque vamos vender livros, vamos vender imagens, vamos vender mitos. Mas não estou de acordo com essa visão. Creio que a arte é um processo de comunicação cultural e podemos dar chaves de compreensão da obra de arte. E é nesse sentido que a cultura digital, através da linguagem hipermídia, pode fornecer elementos fundamentais de compreensão da obra de arte. E desde o desenho da hipermídia sobre museus e patrimônio, sobre objetos culturais, se pode criar, então, um desenho, que nos permita a compreensão da obra. E, além do mais, muitas pessoas pensam que a cultura digital pode matar a cultura humanística e que, se as pessoas acessam pela internet os conteúdos e fundos dos museus, isso pode matar a visita aos museus, a visita direta e pessoal. E não é verdade. A grande explosão dos museus que tem havido nas últimas décadas e a grande explosão do turismo cultural são, inclusive, também um elemento incentivado pela própria cultura digital. As pessoas acessam, por meio da internet, informações que os museus disponibilizam, e isso incentiva, propicia e potencializa a visita direta ao museu. Creio que a pessoa que recorre ao museu para obter prévia informação através da cultura digital, vai visitá-lo com uma informação adicional que permite a compreensão da obra.

Voltando ao Louvre, sempre me choco, cada vez que o visito, quando vejo a *Gioconda*. É uma obra que não se pode ver, porque está sempre com uma massa de gente com câmeras fotográficas na mão à sua frente. Mas, em frente à *Gioconda* mesmo, há outro quadro de Leonardo da Vinci, uma obra de uma complexidade iconográfica importantíssima, que se chama *Sant'Ana, a Virgem e o Menino* – que é de uma riqueza maravilhosa. Mas não há ninguém vendo esse quadro de Leonardo. O mesmo ocorre com outro quadro do artista, *São João Batista*, que ninguém visita tampouco, porque não faz parte dos ícones mitificados da obra de arte. Bem, poderia dizer que, para mim, isso é um prazer: permaneço tranquilo vendo aquelas obras de Leonardo onde não há ninguém, e, quanto à *Gioconda*, vejo-a de longe e a cumprimento. Porém, creio que deve haver um esforço para compreender e não somente admirar. É verdade



que a contemplação da obra de arte envolve um elemento de emoção, e é um componente importante da obra que sentimos emoção diante dela. A obra é comunicação e, como comunicação, também pode nos emocionar. Mas a parte da emoção está na mensagem, está na iconografia, na iconologia, está nos elementos plásticos, na linguagem da obra, na cultura visual da época. São muitos os elementos que nos permitem entender a obra em profundidade. E, entendendo-a dessa forma, aproveitamos, gozamos da obra muito mais. Não a admiramos mais somente com o sentimento de estar vendo uma obra mitificada – porque nos disseram que essa obra se deve admirar –, admiramo-la porque chegamos a visualizar sua posição, a compreendê-la.

Digamos, portanto, como conclusão, que a arte é comunicação, e ela exige um esforço intelectual por parte do espectador para tentar entendê-la e não somente admirá-la.

**REVISTA CMC.** No momento atual, qual seria o papel do museu? Você afirma que ele teria de deixar de ser mero repositório de obras de arte, mas para se tornar o quê? Deveria lutar para digitalizar seu acervo e torná-lo disponível para o maior número possível de pessoas?

**ACC.** A verdade é que o papel do museu na atualidade está se transformando de maneira profunda. Primeiro, há uma autêntica explosão de museus pelo mundo. Cada dia há mais museus, especialmente de arte contemporânea: é uma espécie de explosão museística no mundo, um fenômeno de grande interesse para os estudiosos da arte e da cultura. Depois, há a incorporação da cultura digital: os museus foram pioneiros, as primeiras instituições culturais que começaram a utilizar a cultura digital desde os anos 1990. Os grandes museus começaram a fazer CDs sobre seus acervos. A National Gallery, de Londres, foi a primeira instituição cultural a publicar um CD sobre seus acervos, em 1992. Depois, muitos outros museus foram publicando, ao longo dos anos 1990, esses CDs. Tive a oportunidade, nesses anos, de participar da produção de alguns desses CDs – um deles sobre o Museu del Prado. Participei como autor e como investigador da linguagem multimídia. Creio que foi uma época de grande interesse, um poço de indagação, de busca, de aporte

da linguagem hipermídia à comunicação do museu. E, paralelamente, os museus foram incorporando a cultura digital através da internet.

Nos últimos tempos, está se produzindo a incorporação da linguagem hipermídia dentro do museu. Assim, podemos dizer que o museu tem explorado a cultura digital a partir da perspectiva *no museu*, ou seja, a hipermídia integrando o museu; a partir *da internet*, a linguagem telemática; e *sobre o museu*, através do *off-line* ou do CD. Mas o curioso é que essa incorporação da hipermídia à linguagem do museu está se produzindo com certas peculiaridades.

Explico: primeiro, a utilização da internet, por parte dos museus, é uma utilização rasa, que não chega a uma exploração intensiva da linguagem hipermídia. Refiro-me ao fato de que uma pessoa visita o site de um museu e encontra ali textos ilustrados com imagens – e um texto ilustrado com imagem é cultura Gutenberg, ou seja, a cultura do texto impresso. Não é ainda cultura digital. Creio que o museu deva apostar na visita virtual, pela recriação multidimensional, pelo convite à navegação interativa como forma de exploração da linguagem hipermídia.

E o segundo fenômeno curioso, o segundo paradoxo que está se produzindo, é que há museus que já nascem como museus interativos. Novos museus que já estão incorporando a interatividade e os postos multimídias à sua própria linguagem expositiva. Isso ocorre em museus de temáticas muito diversas, de antropologia, de arqueologia, de astronomia, do campo científico etc. Mas os museus de arte se mostram refratários à incorporação do posto multimídia, da interatividade dentro do próprio museu. O museu de arte resiste e se limita a ser um museu que explora a cultura digital a partir do ponto de vista telemático. Nesse sentido, o museu, como já disse antes, é uma instituição pioneira no campo da exploração da cultura digital, e eu apostaria que o museu seguirá aprofundando a utilização da cultura digital em seu próprio discurso expositivo.