

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES VISUAIS
MESTRADO EM ARTES VISUAIS

Jezabel Neubauer Katz

Museus de arte na internet:
uma análise de sites de instituições brasileiras

Porto Alegre
2023

Jezabel Neubauer Katz

Museus de arte na internet:
uma análise de sites de instituições brasileiras

Dissertação apresentada ao Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Artes Visuais, área de concentração em História, Teoria e Crítica. Linha de pesquisa: Relações sistêmicas da arte.

Orientadora

Dra. Maria Amélia Bulhões Garcia

Porto Alegre
2023

CIP - Catalogação na Publicação

Katz, Jezabel Neubauer

Museus de arte na internet: uma análise de sites de instituições brasileiras / Jezabel Neubauer Katz. -- 2023.

132 f.

Orientadora: Maria Amélia Bulhões Garcia.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Artes, Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Sites de museus. 2. Museus de arte. 3. Internet. 4. Sistema da arte. I. Garcia, Maria Amélia Bulhões, orient. II. Título.

Jezabel Neubauer Katz

Museus de arte na internet:
uma análise de sites de instituições brasileiras

Dissertação apresentada ao Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Artes Visuais, área de concentração em História, Teoria e Crítica. Linha de pesquisa: Relações sistêmicas da arte.

Aprovada em 04 de agosto de 2023.

Banca examinadora

Dra. Maria Amélia Bulhões Garcia – PPGAV/UFRGS
Orientadora

Dra. Nara Cristina Santos – PPGART/UFSM
Examinadora

Dra. Fernanda Carvalho de Albuquerque – PPGMUSPA/UFRGS
Examinadora

Dra. Ana Maria Albani de Carvalho – PPGAV/UFRGS
Examinadora

Dra. Bruna Wulff Fetter – PPGAV/UFRGS
Examinadora

AGRADECIMENTOS

A vida acadêmica com certeza não é uma jornada individual. Ainda bem. Ser acompanhada por gente querida é fundamental para tornar a experiência mais leve e fluida.

Primeiramente, gostaria de agradecer à minha querida orientadora, Maria Amélia, por acreditar e confiar na minha pesquisa, pela disponibilidade e generosidade que demonstrou em todas as nossas conversas.

Agradeço à minha família, que esteve sempre presente, oferecendo apoio nas horas difíceis e comemorando toda e qualquer conquista. Em especial, ao meu amor, e agora marido, Jayme; à minha mãe, Elizabeth; e à minha sogra, Miriam.

Obrigada às colegas e amigas Ana, Aline, Karina, Kahena, Carina e Kailã pelos encontros e desabafos durante essa jornada, vocês foram fundamentais. Às amigas de longa data – Elisa, Natalí, Marina, Paula, Giovana, Caroline, Clara –, por torcerem pelo fim e, sobretudo, pelo sucesso do trabalho. Obrigada também a meus queridos amigos e revisores, Laura e Rodrigo.

Agradeço ainda ao PPGAV, pela acolhida; a UFRGS, que voltou a ser minha segunda casa, mesmo on-line; e a CAPES e seu programa de bolsas.

RESUMO

O presente trabalho analisa sites de museus de arte brasileiros, a fim de identificar e discutir elementos que permitam refletir sobre o atual panorama dessas instituições culturais no ambiente digital, bem como sobre transformações que a internet tem suscitado no sistema da arte contemporâneo. Para tanto, selecionou-se oito websites, compreendendo os seguintes espaços: Museu de Arte do Rio Grande do Sul, Museu Oscar Niemeyer, Instituto Inhotim, Pinacoteca de São Paulo, Museu de Arte de São Paulo, Museu de Arte Moderna de São Paulo, Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, Museu de Arte Moderna da Bahia. A pesquisa, de cunho exploratório, utiliza abordagem metodológica qualitativa, orientando-se por revisão bibliográfica e análise de conteúdo. O referencial teórico conta com contribuições das áreas das artes, museologia, sociologia e comunicação, incluindo autores como Bulhões, Wu, Barranha, Desvallées e Mairesse, Cocotle, Santaella, Castells. Sinaliza-se que as reflexões propostas partiram dos conteúdos disponíveis em ou conectados aos sites (acessados sob ponto de vista de pesquisadora-usuária), sendo as principais análises elaboradas sobre materiais coletados entre março e abril de 2023. Ao olhar para os menus das páginas investigadas, por exemplo, percebe-se forte relação dos temas e termos escolhidos com o tripé museológico (preservação, pesquisa e comunicação) e com algumas influências capitalistas contemporâneas (o museu como marca). De modo geral, observa-se que a tímida atuação que as instituições de arte vinham desempenhando no meio on-line, fosse por escassez de recursos humanos e financeiros ou mesmo resistência – na tentativa de preservar sua autonomia e autoridade –, sofreu significativas alterações em decorrência da pandemia e do isolamento social. Destaca-se a expansão de conteúdos em formatos digitais (vídeos, áudios e jogos) e iniciativas de revisão institucional (efervescência de práticas descoloniais nos âmbitos das coleções e exposições).

Palavras-chave: Sites de museus. Museus de arte. Internet. Sistema da arte.

ABSTRACT

The present work analyzes Brazilian art museum websites in order to identify and discuss elements that allow us to reflect on the current panorama of cultural institutions in the digital environment, as well as on transformations that the internet has brought about in the contemporary art system. For that, eight websites were selected, comprising the following establishments: Rio Grande do Sul Museum of Art, Oscar Niemeyer Museum, Inhotim Institute, São Paulo Pinacoteca, São Paulo Museum of Art, São Paulo Museum of Modern Art, Rio de Janeiro Museum of Modern Art, Bahia Museum of Modern Art. The exploratory research is based on a qualitative approach, and guided by bibliographic review and content analysis. The theoretical framework includes authors from the fields of art, museology, sociology and communication, such as Bulhões, Wu, Barranha, Desvallées & Mairesse, Cocotle, Santaella, Castells. It should be noted that the proposed reflections were based on the content available on or connected to the websites (accessed from the point of view of a researcher-user), especially the ones collected between March and April 2023. Themes and terms of the investigated pages menus shows a strong relationship with the Museology tripod (preservation, research and communication) and with some contemporary capitalist influences (the museum as a brand). In general, it is observed that the timid performance that art institutions had been carrying out in the online environment, whether due to a lack of human and financial resources or even resistance – in an attempt to preserve their autonomy and authority –, has undergone significant changes as a result of the social isolation during the pandemic. The expansion of content in digital formats (videos, audios and games) and institutional review initiatives (effervescence of decolonial practices in the scope of collections and exhibitions) stands out.

Keywords: Museum websites. Art museums. Internet. Art system.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Principais instâncias de legitimação do sistema da arte contemporâneo	25
Figura 2 – Plataformas mais acessadas para participar de atividades de museus na pandemia .	32
Figura 3 – Métricas dos sites do MAM-RJ, MASP e MAM-SP em 2021	32
Figura 4 – Conjunto de nuvens semânticas elaboradas a partir dos menus	36
Figura 5 – Destaque dos vínculos estaduais nos cabeçalhos da Pina e MON	39
Figura 6 – Menus no rodapé com seções de transparência: MAM-SP e Pina.....	40
Figura 7 – Destaques de funcionários e público, respectivamente, sobre o futuro dos museus.	44
Figura 8 – Colagem de fragmentos da programação divulgados na página inicial dos sites de Inhotim, MAM-RJ, Pina, MASP e MARGS	45
Figura 9 – Seção de mídias sociais na página inicial da Pinacoteca de SP	51
Figura 10 – Páginas iniciais do site do MON em 2022 e 2023, respectivamente	55
Figura 11 – Páginas iniciais do site da Pinacoteca de SP em 2022 e 2023, respectivamente	55
Figura 12 – Páginas iniciais do site do MAM-SP em abril de 2023	56
Figura 13 – Detalhe do começo da página de coleções do MAM-RJ	66
Figura 14 – Detalhe do começo da página Galeria de Exposições do MAM-BA.....	67
Figura 15 – Detalhe do início da página do acervo artístico do MARGS.....	68
Figura 16 – Ampliação de obra no site do MARGS	68
Figura 17 – Detalhe da página de acervo de Inhotim.....	70
Figura 18 – Detalhe de página de resultados para pesquisa no acervo do MASP	71
Figura 19 – Detalhe de página de obra no site do MASP	72
Figura 20 – Início da página de coleção do MAM-SP.....	74
Figura 21 – Detalhe da página de obra selecionada do MAM-SP	75
Figura 22 – Página inicial do repositório digital da Pina, com menu aberto	76
Figura 23 – Página de resultados do repositório digital da Pina	77
Figura 24 – Página de resultados do repositório digital da Pinacoteca de SP.....	78
Figura 25 – Página de resultados do repositório digital da Pinacoteca de SP.....	79
Figura 26 – Página inicial da ferramenta Pergamum, utilizada pelo MON	79
Figura 27 – Detalhe da página da Coleção <i>Ásia</i> do MON	80
Figura 28 – Vista interna do espaço expositivo do MON, via Google Street View.....	81
Figura 29 – Vista interna do espaço expositivo de Inhotim, via Google Arts & Culture	82
Figura 30 – Detalhe do uso de <i>pins</i> com informações na visita virtual do MAM-SP.....	83
Figura 31 – Detalhe da ferramenta de medidas na visita virtual do MASP	83
Figura 32 – Detalhe do uso de hiperlink na visita virtual do MARGS	83
Figura 33 – Detalhe de visualização de obra no tour virtual do MAM-BA.....	84
Figura 34 – Detalhe do recurso em vídeo em exposição virtual do MAM-RJ.....	85

Figura 35 – Detalhe da introdução à exposição virtual <i>OS GÊMEOS</i> , da Pina	85
Figura 36 – Página <i>Explore o acervo</i> do MASP	87
Figura 37 – Detalhe de obra na exposição on-line (narrada) do MASP.....	88
Figura 38 – Detalhe da página de <i>playlists</i> de áudios da Pina	90
Figura 39 – Detalhe da página de <i>podcasts</i> de Inhotim	91
Figura 40 – Telas de pesquisa, obra e roteiro do <i>app</i> MASP Áudios, respectivamente	92
Figura 41 – “Capas” dos filmes do projeto <i>AniMAM</i> , publicadas no site do museu.....	94
Figura 42 – Telas da atividade de criação da plataforma Fantástico Jardim, do MAM-RJ	95
Figura 43 – Jogos disponíveis no site da Pina.....	96
Figura 44 – Sequência de telas jogando o <i>Minha Obra</i> , da Pina	97
Figura 45 – Frames do vídeo de apresentação do MAM no Minecraft.....	98

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Dados sobre acervos museológicos nacionais.....	60
Gráfico 2 – Dados sobre disponibilização de acervos digitais em museus nacionais	62
Gráfico 3 – Dados de direito autoral sobre as coleções nacionais.....	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Instituições selecionadas para investigação	17
Quadro 2 – Presença das instituições nas principais plataformas digitais	29
Quadro 3 – Trechos dos relatórios anuais sobre transformações digitais	31
Quadro 4 – Trechos do MASP, MAM-RJ e MARGS sobre seus acervos.....	47
Quadro 5 – Informações sobre os ingressos dos museus	52
Quadro 6 – Síntese de componentes dos sites.....	54

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ICOM – Conselho Internacional de Museus

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus

MASP – Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand

Pina – Pinacoteca do Estado de São Paulo

MAM-BA – Museu de Arte Moderna da Bahia

MAM-SP – Museu de Arte Moderna de São Paulo

MAM-RJ – Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

MON – Museu Oscar Niemeyer

MARGS – Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli

GA&C – Google Arts & Culture

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 SISTEMAS DA ARTE E TRANSFORMAÇÕES DO DIGITAL.....	20
1.1 Museus, internet e visibilidade.....	25
2 UMA PROPOSTA CARTOGRÁFICA PARA SITES DE MUSEUS DE ARTE BRASILEIROS	34
2.1 Transparência e disponibilidade.....	37
2.2 Função social: da legitimação à revisão institucional	41
2.3 Algumas influências mercadológicas e tecnológicas	49
3 DIGITALIZAÇÃO E ACERVOS: UM PONTO CENTRAL	59
3.1 Acervos on-line pelo país.....	64
3.2 Tour virtual, outra forma de explorar as coleções.....	81
4 A TENDÊNCIA DOS CONTEÚDOS DIGITAIS.....	89
4.1 Para ouvir.....	90
4.2 Para ver e ouvir	93
4.3 Para interagir.....	95
CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	104
ANEXOS.....	111

INTRODUÇÃO

Novos meios de comunicação possibilitam novas linguagens e, conseqüentemente, novas formas culturais. É a partir dessa premissa que Lucia Santaella (2010) fala em seis grandes eras: oral, escrita, impressa, de massa, das mídias e digital, que foram ao longo do tempo se acumulando e se complexificando. Sendo assim, a internet e as transformações que ela suscitou na sociedade global configuraram um paradigma particular: a cibercultura, que, apesar de predominar na atualidade, convive com os anteriores.

Nos dias de hoje, parece impossível pensar em alguma atividade que não perpassasse o campo do digital, seja no nível pessoal, corporativo ou até mesmo governamental. Em grande parte, isso se deve à passagem de um modelo industrial (material e energético), ao qual estávamos acostumados, para um informacional (eletrônico e digital), no qual o que não é nativo digital pode ser facilmente digitalizado (LEMOS, 2010). Pois, “[...] em um período de tempo impressionantemente curto, o computador colonizou a produção cultural. Uma máquina que estava destinada a mastigar números, começou a mastigar tudo: da linguagem à música, da fotografia ao cinema” (LUNENFELD, 1999, apud SANTAELLA, 2010, p. 20).

Justamente um dos principais diferenciais entre a cultura das mídias e a cultura digital é que, enquanto a primeira é marcada pela convivência das variadas linguagens – texto, imagem, vídeo, som –, a segunda se caracteriza pela sua convergência, alteração que provoca transformações profundas nos processos de produção, distribuição e consumo socioculturais. Aparece então o segundo ponto distintivo: uma vez “mastigadas”, ou digitalizadas, essas informações híbridas podem ser compartilhadas e sintetizadas em qualquer lugar e a qualquer tempo, tornando-se acessíveis a quem estiver conectado à rede. É por isso que a cultura digital também é conhecida como cultura do acesso (SANTAELLA, 2010), suscitando discussões sobre alcance, velocidade, descentralização, desterritorialidade. Questões que vão de encontro a uma história da arte hegemônica, calcada em valores de raridade e escassez (BULHÕES, 2000), distinção e isolamento (BOURDIEU, 1992), e situada no tempo – histórico e cronológico – e no espaço – geográfico e central, mais precisamente europeu (BELTING, 2012).

Mesmo o Brasil, país marcado por desigualdades históricas, não ficou de fora da revolução digital que se instaurou e se alastrou por todos os campos da vida cotidiana –

do trabalho ao lazer. Ressalta-se que, ainda que os dados pareçam otimistas (63% da população mundial e 81% dos brasileiros já têm acesso ao meio), eles não anulam o contexto capitalista e de controle por grandes corporações no qual a tecnologia se insere, nem eliminam às desigualdades de acesso à rede. Sabe-se que uma parcela significativa da população ainda não está conectada (cerca de 2,9 bilhões de pessoas no mundo) e que os números diferem entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, zonas rurais e zonas urbanas, classes A e B em relação às C, D e E etc. No entanto, é possível acompanhar uma gradual diluição dessas diferenças, especialmente depois da pandemia, como apontam pesquisas.¹ Sendo assim, se desde o seu surgimento a Internet tem suscitado importantes debates sobre democratização da informação, estabelecendo seus próprios apocalípticos e integrados, hoje, com o avanço de tecnologias como a rede móvel e os dispositivos cada vez menores, esse potencial democrático tem ampliado sua relação com a realidade.²

Esse cenário, por si, já apontaria a presença digital das instituições museológicas de arte como interessante objeto de exploração e análise. No entanto, em meio à crise sanitária provocada pelo novo coronavírus e à suspensão das atividades presenciais, os espaços culturais precisaram repensar com urgência as suas estratégias digitais para se manterem ativos. Nas palavras categóricas de Beiguelman (2020) os museus foram *atropelados* pela pandemia e passaram a *rastejar* na internet. Como sempre me interessei pela relação entre arte e comunicação, principalmente no que diz respeito às instituições e formas de democratização da cultura, esses acontecimentos e provocações me levaram a olhar para o contexto brasileiro, buscando ampliar a discussão para o binômio instituição-sistema.

Esta dissertação é, de certa forma, uma continuidade do meu trabalho de conclusão de curso, intitulado *Comunicação, identidade e imagem: oficinas da Fundação Iberê Camargo nos eventos do Facebook* (2019) e orientado pela professora Ana Cláudia Gruszynski. A fim de continuar investigando as conexões entre sistema da arte e ambiente on-line e suas atualizações, proponho agora uma expansão do objeto: de

¹ Dados mundiais divulgados no relatório Measuring digital development – Facts and figures 2021, publicado pela *Internacional Telecommunication Union* (ITU) e disponível em: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2021.pdf>. Acesso em: 17 jul.2023. Dados nacionais apontados pela Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: *TIC Domicílios 2020: edição COVID-19*: metodologia adaptada. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211124201233/tic_domicilios_2020_livro_eletronico.pdf. Acesso em 11 ago. 2022.

² Termos desenvolvidos por Umberto Eco nos anos 1960 para falar de duas grandes e diferentes perspectivas na discussão sobre cultura de massa e avanços tecnológicos, uma mais crítica e pessimista (os apocalípticos) e outra mais otimista (os integrados).

uma instituição local para um conjunto de oito instituições nacionais; de uma funcionalidade específica para um canal: o site. Afinal, as plataformas digitais fazem parte da nossa sociedade contemporânea: capitalista, globalizada e cada vez mais conectada. Acredito que olhar para elas é olhar para as transformações socioculturais praticamente ao mesmo tempo em que elas ocorrem; ou seja, é uma possibilidade de observar e refletir sobre o tempo presente. Além disso, nunca houve tanta informação disponível em um só lugar e, para quem está conectado, nunca foi tão fácil acessá-lo: de onde quiser, quando quiser. Desse modo, penso que se tantas coisas acontecem na rede, com certeza ela tem muito a nos dizer.

Ao pesquisar o que vinha sendo produzido em torno dessa temática, me deparei com estudos nas áreas de museologia, artes visuais e comunicação, porém todos com objetivos, abordagens ou objetos distintos do aqui proposto. Enquanto para a museologia o enfoque esteve em discutir ou definir o conceito de museu virtual, quase sempre apresentando estudos de caso, as áreas de informação e comunicação buscaram falar de comunicação organizacional, digitalização da imagem ou das próprias plataformas. Já no campo das artes visuais, um número crescente de trabalhos foi observado, porém abordando a relação entre tecnologia e produção artística. Mesmo propostas que discutem os reflexos dessa produção no sistema, não o fazem com enfoque nas instituições tradicionais. Dito isso, o presente trabalho visa preencher essa lacuna de investigações, especialmente frente aos programas de pós-graduação em artes visuais do país, apresentando a partir do objeto pesquisado um panorama que discuta questões atualmente relevantes ao campo.



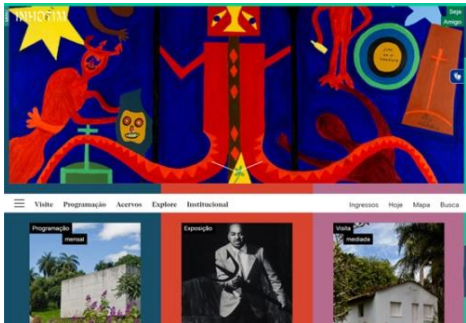


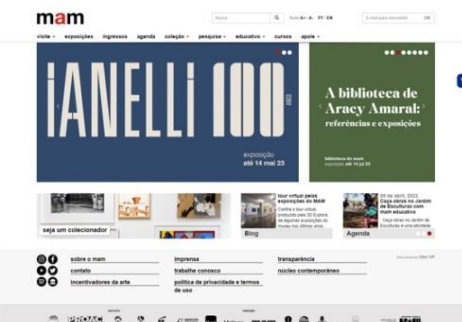
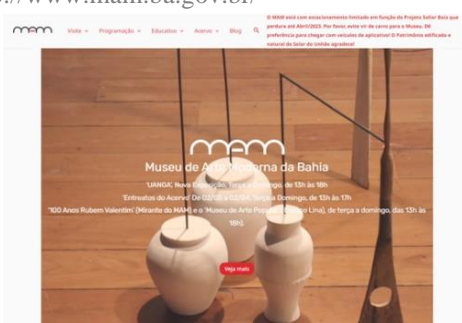
Tendo-se em vista a possibilidade de acompanhamento de atualizações de modo mais rápido e dinâmico que em fontes impressas de pesquisa, estabeleceu-se como objetivo geral **analisar os sites de museus de arte brasileiros, a fim de identificar e discutir elementos que permitam refletir sobre o atual panorama dessas instituições culturais no ambiente digital, bem como sobre transformações que a internet tem suscitado no sistema da arte contemporâneo.** Como objetivos específicos, apontou-se: (1) explorar os sites de oito museus de arte nacionais, públicos e privados; (2) identificar aspectos gerais das páginas e discutir elementos sistêmicos a que eles estão relacionados; (3) investigar as diferentes formas de apresentação dos acervos no ambiente on-line, tendo em vista o papel central que as coleções desempenham no meio; e (4) apurar atualizações e possíveis tendências na atuação das instituições no âmbito digital, com base nos conteúdos disponibilizados.

A escolha de trabalhar com museus se deve não só a um interesse pessoal, mas também à importância que essas instituições detêm no sistema, enquanto “lugares oficiais da arte”, ponto de encontro de artistas, curadores, museólogos, públicos e diversos outros atores. Já a escolha dos sites reflete a relevância desses espaços nas estratégias de comunicação organizacional na web e tem como base as seguintes características do canal: estrutura e organização bem definidas e manifestas em seus menus; ritmo de atualização constante, porém não alicerçado na noção de tempo real, facilitando seu estudo; dupla função: ao mesmo tempo em que é um meio de comunicação, funciona como um repositório virtual, guardando um número significativo de produções, discursos e materiais que podem ser facilmente recuperáveis via mecanismo de busca interno; visibilidade e alcance amplos, dada sua condição on-line, na qual quem está conectado à rede pode acessá-lo.

A intenção inicial era analisar um conjunto de 20 instituições nacionais na internet, visando desenhar um panorama por meio da análise de seus sites e demais plataformas de visibilidade. Porém, como ocorre com a maioria das pesquisas, outros conhecimentos e questionamentos foram surgindo durante o seu desenvolvimento, a começar pela exploração dos materiais coletados (páginas iniciais, páginas de acervo, menus, gráficos de atualizações, dados de presença digital etc.). Além disso, as disciplinas cursadas e a etapa de qualificação contribuíram muito para o delineamento de um foco investigativo, que culminou na definição de oito websites de museus brasileiros para análise (Quadro 1). Visando os objetivos estabelecidos, foram critérios de seleção: a) instituições tradicionais, com acervos de arte moderna ou contemporânea; b) que dispõem de um espaço expositivo físico; c) que possuem endereços eletrônicos próprios.

Importa comentar que, apesar da intenção de conjugar exemplos de diferentes regiões do Brasil, os critérios elencados acabaram por eliminar a maioria dos museus localizados no Norte e Nordeste. O que se deve a dois fatores principais: o predomínio de tipologias museais híbridas (arte, ciência, história, etnografia) e o uso recorrente de páginas dentro de sites de governos locais ou de universidades, o que acaba limitando os recursos utilizados. No entanto, não se pode ignorar que tais ocorrências são, na verdade, um dos reflexos da centralização de renda e receita no nosso país. Não à toa o maior número de museus encontra-se no eixo Sul-Sudeste, e dentre eles estão nomes considerados como os mais relevantes nacionalmente.

Quadro 1 – Instituições selecionadas para investigação

<p>Museu Oscar Niemeyer (MON) https://www.museuoscarniemeyer.org.br/</p> 	<p>Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS) http://www.margs.rs.gov.br/</p> 
<p>Instituto Inhotim https://www.inhotim.org.br/</p> 	<p>Pinacoteca de São Paulo (Pina) http://pinacoteca.org.br/</p> 
<p>Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP) https://masp.org.br/</p> 	<p>Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP) https://mam.org.br/</p> 
<p>Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ) https://mam.rio/</p> 	<p>Museu de Arte Moderna da Bahia (MAM-BA) http://www.mam.ba.gov.br/</p> 

Fonte: Elaborado pela autora.

Para viabilizar o estudo, foram feitas inúmeras capturas de tela das páginas iniciais dos sites, bem como de outras de interesse específico (acervos, conteúdos digitais, projetos, etc), compreendendo datas variadas ao longo dos dois anos de pesquisa. Contudo, sinaliza-se que as principais análises elaboraram-se sobre os materiais coletados entre março e abril de 2023, visando os dados mais atuais possíveis dentro do período.³ O que por acaso não foi registrado nesse tempo foi recuperado via ferramenta *Wayback Machine*.⁴

A pesquisa, de cunho exploratório, apresenta abordagem metodológica qualitativa, orientando-se por revisão bibliográfica e análise de conteúdo. Durante a análise do objeto empírico buscou-se seguir as fases propostas por Bardin (apud GIL, 2008): 1) pré-análise – organização e primeiro contato com os materiais a estudar, chamado de “leitura flutuante”; 2) exploração do material – definição do recorte e etapas de sistematização e codificação; e 3) tratamento dos dados, inferência e interpretação – criação de quadros e sínteses. A adoção de uma bibliografia multidisciplinar (Artes, Comunicação, Museologia, Sociologia) serviu de insumo teórico para as discussões propostas, além de contextualizar tema e objeto.

Importa frisar que todas as reflexões propostas partiram dos conteúdos disponíveis em ou conectados aos sites, e que os processos de busca e coleta dos materiais foram realizados sem contato direto com a instituição, apenas sob o ponto de vista de usuária – e uma usuária com bom domínio do meio e que insistia para encontrar o que procurava. O que não era encontrado nas plataformas era procurado em outras fontes e ferramentas da internet. Sendo assim, compreendem-se os limites da pesquisa e sua condição de acuracidade.

O trabalho se organiza em seis partes, propondo um percurso que vai do abrangente ao particular (Sistema da Arte > Museus > Sites de museus), começando por esta introdução, que apresenta tema, objeto investigativo, justificativa, objetivos, metodologia e um breve panorama dos capítulos. O primeiro deles dedica-se a refletir sobre sistema da arte e transformações provocadas pelo ambiente digital e, mais especificamente, sobre a relação entre museus, internet e visibilidade, a partir de autores

³ Entendendo que o objeto de estudo se situa dentro de um recorte temporal, registrando assim um determinado momento, se reconhece os diferentes estágios de atualização dos sites pesquisados, com exemplos mais antigos e outros bem mais recentes. As páginas iniciais utilizadas na investigação estão disponíveis nos anexos do trabalho.

⁴ A *Wayback Machine* é uma iniciativa da organização sem fins lucrativos Internet Archive, que constrói uma biblioteca digital de sites da Internet, registrando suas páginas ao longo do tempo e disponibilizando suas antigas versões. Como o nome já diz, uma máquina do tempo do meio digital.

como Bulhões (2000, 2010, 2022), Fetter (2018), Bourdieu (1992), Cauquelin (2005), Santaella (2008, 2010, 2018), Recuero (2009), Henriques (2004), Oliveira (2020). Comenta-se ainda a presença das instituições selecionadas em outras plataformas on-line e os processos de aceleração e antecipação que a pandemia provocou em suas atuações, tendo como base relatórios publicados por alguns dos museus.

O segundo capítulo propõe um mapeamento dos menus e submenus dos sites analisados, cujo objetivo é reconhecer elementos comuns que possam ser discutidos no âmbito sistêmico, tais como transparência institucional e disponibilidade de informações e materiais; função social e revisão de práticas museológicas, tratando brevemente da temática descolonial⁵; influências visíveis do marketing e das tecnologias nas ações e comunicações dos museus. Para isso, utiliza-se a contribuição de autores como Ribas (2016), Wu (2006), Desvallées e Mairesse (2013), Cocotle (2019), Quintero, Figueira e Elizalde (2019), entre outros, bem como publicações de entidades como ICOM e UNESCO.

O terceiro capítulo aborda os acervos digitais, refletindo sobre democratização e acesso às artes a partir do próprio objeto de pesquisa, que inclui diferentes formas de apresentação das coleções: por galerias de imagem, repositórios digitais e tour virtual. As referências para dar conta do tópico incluem Barranha (2018), materiais produzidos pelo IBRAM e a pesquisa TIC Cultura 2020.⁶

O quarto capítulo trata do universo dos conteúdos digitais, apontando para novas temporalidades e modos de consumo cultural por meio de exemplos recorrentes e outros únicos. Desde propostas de áudio e vídeo até jogos, são formatos abordados que propiciam relações mais interativas e aproximam a arte do cotidiano das pessoas. Além dos sites selecionados, que foram objeto e fonte de pesquisa ao longo de todo o trabalho, utilizam-se aqui contribuições de Castells (2015) e Plaza (2013). Por fim, a última parte do texto versa sobre as considerações finais e a continuidade da pesquisa.

⁵ Ao longo deste trabalho, opta-se pelo termo descolonial, com “s”, entendendo que nos idiomas português e espanhol ambas grafias (decolonial e descolonial) são utilizadas por autores que discutem a colonialidade enquanto matriz de poder.

⁶ Pesquisa desenvolvida sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, em 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-equipamentos-culturais-brasileiros-tic-cultura-2020/>. Acesso em: 20 fev. 2019.

1 SISTEMAS DA ARTE E TRANSFORMAÇÕES DO DIGITAL

Compreender que a arte faz parte de um sistema de relações complexas, com base no conhecido esquema produção-circulação-consumo, é o primeiro passo para refletir sobre as dinâmicas do campo. Sendo assim, adota-se o conceito de sistema da arte elaborado por Maria Amélia Bulhões, entendido como um conjunto de

indivíduos e instituições que, atuando em uma complexa rede de inter-relações, são responsáveis pela produção, a difusão e o consumo de objetos e eventos, por eles mesmos rotulados como artísticos, e, também, pela definição de padrões e limites da arte para uma sociedade em um determinado momento (BULHÕES, 2022a, p. 15).

Esse sistema, constituído por atores, instituições e discursos, se atualiza de modo a responder à produção artística e ao contexto histórico vigente, ambos intimamente relacionados à cultura e às tecnologias disponíveis no período. Além disso, contribuem para essas mudanças históricas disputas pelo poder simbólico, envolvendo valores estéticos, políticos, econômicos e sociais. “Segundo Pierre Bourdieu, os indivíduos que estão estabelecidos no sistema lutam para garantir seus privilégios e o valor de seu capital cultural. Os que estão fora lutam para entrar e também para alterar os mecanismos de valoração simbólica” (BULHÕES, 2010, p. 15). Dessa forma, assim como as eras culturais, os sistemas da arte acadêmico, moderno e contemporâneo sofreram processos de acumulação e complexificação ao longo do tempo, sempre com predomínio do mais atual.

O sistema da arte acadêmico desenvolveu-se na Europa, a partir do Renascimento, pautando-se na ideia de gênio criador e buscando autonomia da arte frente às corporações de artesãos e à Igreja. Nesse contexto, eram as Academias e os Salões que detinham instância legitimadora (BULHÕES, 2022a). Mais tarde, a arte moderna – marcada pela novidade e pelo progresso da era industrial, noções tão difundidas pelas famosas vanguardas europeias – inaugura um sistema próprio, no qual destaca-se a figura do *marchand* e a criação de um novo espaço institucional: o museu de arte moderna.

Em contraponto aos museus mais clássicos – normalmente adaptados de prédios históricos e arquiteturalmente importantes, como palácios e sedes de governos, e com uma expografia densa, na qual as obras eram distribuídas praticamente de piso a teto –, surge o modelo do “cubo branco”. Conhecido assim por ter as paredes internas nessa cor supostamente neutra, ele estabelece uma atmosfera atemporal e isolada do mundo

exterior, cuja pretensão é a apreciação das obras uma a uma – por isso elas se encontram geralmente mais espaçadas e na altura dos olhos – e sem interferências. É a respeito desse ambiente que Douglas O’Doherty criticamente pontua:

A galeria ideal subtrai da obra de arte todos os indícios que interfiram no fato de que ela é “arte”. A obra é isolada de tudo o que possa prejudicar sua apreciação de si mesma. Isso dá ao recinto uma presença característica de outros espaços onde as convenções são preservadas pela repetição de um sistema fechado de valores. Um pouco da santidade da igreja, da formalidade do tribunal, da mística do laboratório de experimentos junta-se a um projeto chique para produzir uma câmara de estética única (O’DOHERTY, 2002, p. 3).

Enquanto o sistema da arte moderno estava sob o regime do consumo – por adesão/recusa, excesso/falta –, o sistema da arte contemporâneo apresenta-se sob o regime da comunicação (CAUQUELIN, 2005). Além de contestar parâmetros da arte moderna, tais como originalidade, autenticidade, autoria, materialidade, a arte contemporânea propiciou uma pluralidade de técnicas, abordagens e funções. Isto é, mudanças que se fizeram visíveis não somente na produção das obras e seus conteúdos, mas na maneira como elas circulam: organização dos atores em rede, maior visibilidade de espaços independentes e alternativos, influência crescente da globalização, das tecnologias (FETTER, 2018) e da lógica mercadológica (e do marketing) no sistema. Enfocando as últimas questões, Claire Bishop (2013) observa que, embora existam exemplos públicos, as instituições de arte contemporânea estão muito conectadas ao capital privado. Ela comenta:

Como críticos observaram, a expressão visual dessa privatização foi o triunfo da “arquitetura de estrelas”: o invólucro externo do museu tornou-se mais importante do que seu conteúdo, exatamente como Krauss previu em 1990, deixando a arte com a opção de parecer cada vez mais perdida dentro de gigantescos galpões pós-industriais, ou de ficar ainda maior para competir com o seu envelope. Embora os museus sempre tenham endossado a arquitetura de assinatura, a extrema iconicidade das novas construções é comparativamente recente [...] Olhando para esse panorama global dos museus de arte contemporânea, o que os une é menos uma preocupação por uma coleção, uma história, uma posição ou uma missão do que a ideia de que a contemporaneidade está sendo encenada no nível da imagem: o novo, o *cool*, o fotogênico, o bem projetado, o economicamente bem-sucedido (BISHOP, 2013, p. 11-12, tradução nossa).⁷

⁷ “As critics have observed, the visual expression of this privatization has been the triumph of ‘starchitecture’: the museum’s external *wrapper* has become more important than its contents, just as Krauss foresaw in 1990, leaving art with the option of looking ever more lost inside gigantic post-industrial hangars, or supersizing to compete with its envelope. Although museums have always endorsed signature architecture, the extreme iconicity of new museum buildings is comparatively recent [...] Looking at this global panorama of contemporary art museums, what binds them all together is less a concern for a collection, a history, a position, or a mission than a sense that contemporaneity is being staged on the level of image: the new, the cool, the photogenic, the well-designed, the economically successful.”

Frisa-se que a emergência do Sistema Contemporâneo e de um espaço arquitetônico maior e mais ousado para abrigar sua produção artística se relaciona à própria materialidade e às dimensões dos novos trabalhos, que passam a utilizar diferentes mídias e ganham maiores proporções. Isto posto, se comunicação e artes já vinham convergindo desde a revolução industrial, com o uso crescente dos meios de comunicação na produção artística (e não apenas na sua divulgação), a internet e o computador intensificaram e evidenciaram essa relação (SANTAELLA, 2008), inclusive no eixo da recepção. Talvez resida aí o principal diferencial dessa tecnologia: ao instaurar uma cultura que lhe é própria, alterando a forma das pessoas viverem, pensarem, agirem, se relacionarem, ela rompe com a suposta linearidade da lógica produção-circulação-consumo, provocando alterações em todos os pontos ao mesmo tempo. Sendo assim, tanto artistas quanto público demandam uma resposta mais rápida por parte do sistema, em especial das instituições de legitimação, pois eles mesmos já estão familiarizados com o cenário digital, cada dia mais incorporado ao cotidiano.

[...] Nesse sentido, a internet não é simplesmente uma tecnologia; é um meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos (CASTELLS, 2003, p. 287 apud KUNSCH, 2007, p. 41).

Dentre as principais mudanças que a internet promoveu, destacam-se algumas, consideradas essenciais para se pensar as reconfigurações do sistema da arte contemporâneo. A primeira, e talvez primordial, é que todos que acessam o meio têm voz, ou seja, há novos agentes e mediações na formação da opinião pública e de circulação de conhecimento. Instaura-se assim o que popularmente se conhece como era da informação, na qual tudo pode ser digitalizado – ou produzido digitalmente – e disponibilizado, permitindo um acesso descentralizado e atemporal, em outras palavras, de qualquer lugar e a qualquer tempo (LEMOS, 2010).

Conseqüentemente, a possibilidade de uma (inter)conexão mundial estabeleceu um novo modelo comunicacional. Como aponta Pierre Lévy (1999), se antes a comunicação se dava de forma linear (um-um – relação entre indivíduos – e um-todos – comum dos meios de massa, tendo um polo emissor centralizado e outro em um público maior, disperso e “passivo”), no ciberespaço ela é multidirecional (todos-todos – na

qual diversos participantes se comunicam uns com os outros, propiciando cooperação).

Ou seja,

A revolução comunicativa digital introduz, pela primeira vez na história da humanidade, um modelo comunicativo *rizomático*, baseado no sistema de rede que, anulando a distinção identitária entre emissor e receptor, oferece a todos os internautas (tecnoatores) o mesmo poder comunicativo e igual oportunidade de acesso (DI FELICE, 2012, p. 157).

Potencial que se afirmou com a chamada Web 2.0, também denominada Web social por configurar um espaço de interações marcado pela expressão dos sujeitos e pelo compartilhamento, especialmente reconhecido nas redes sociais digitais.⁸ Como resultado, o ambiente on-line passou a exibir um número crescente de atores e, tão ou mais importantes que eles, suas conexões, revelando-se mais transparente e dialógico. Porém, a pluralidade e a visibilidade advindas permitiram o envolvimento de indivíduos e instituições internos e externos aos campos do conhecimento, impondo um desafio para a manutenção da autonomia e legitimidade dos mesmos. Isso porque, conforme expõe Bourdieu ao falar sobre a produção erudita, o grau de autonomia de um campo está diretamente relacionado a sua condição de isolamento, isto é, ao poder que dispõe para “[...] definir as normas de sua produção, os critérios de avaliação de seus produtos e, portanto, para retraduzir e reinterpretar todas as determinações externas de acordo com seus princípios próprios de funcionamento” (BOURDIEU, 1992, p. 106).

Sendo a auto-legislação, ou a autonomia do campo, questão fundamental dos processos de legitimação artística na modernidade e uma das principais regras da arte apontadas por Bourdieu, ela torna-se essencial para a delimitação de sistema da arte. Isso porque indica quem tem capital simbólico (poder) para definir os critérios de consagração artística. Ou seja, a autonomia específica que rege a existência de um sistema de conhecimento estético requer a existência de um sistema de especialistas e instituições capazes de criar critérios de valoração, bem como julgar a produção artística segundo esses mesmos critérios. Nesse cenário, quem detém poder tende a buscar mantê-lo, perpetuando também seus critérios valorativos. A renovação de critérios somente pode ser feita por quem – em função de reconhecida contribuição para o desenvolvimento do campo estético – adquire poder no campo para tal, interferindo o *status quo* estabelecido (FETTER, 2018, p. 106).

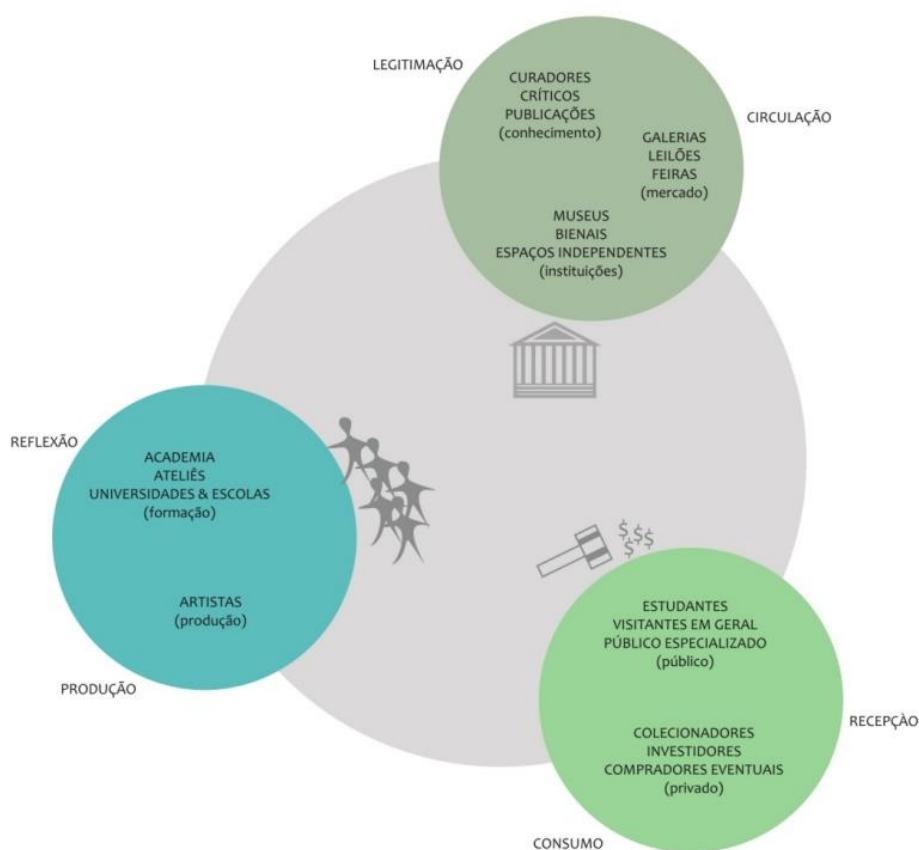
⁸ Do mesmo modo que os diferentes tipos de mídia foram ao longo do tempo se complexificando, a internet que se conhece hoje é resultado da combinação das chamadas Web 1.0, 2.0 e 3.0. A primeira delas baseou-se na disseminação de informações, disponibilizando um grande volume de conteúdos, mas exigindo pouca participação do usuário. A segunda, também denominada Web social devido ao seu caráter relacional, configurou-se como um espaço de expressão e interação entre os sujeitos, marcado pela colaboração e o compartilhamento (NEIVA; BASTOS; LIMA 2012). A Web semântica, por sua vez, como ficou conhecida a terceira, apresenta-se em nível estrutural, criando novas camadas de significado para os dados, com finalidade de customização, personalização de conteúdo e aprimoramento de inteligência artificial (PATRIOTA; PIMENTA, 2008; TOMÁS, 2013).

À vista disso, Maria Amélia enfatiza que “As mudanças processadas por este meio comunicacional na cultura, embora possam parecer em um primeiro momento estranhas ao circuito tradicional das artes visuais, reverberam nele, estabelecendo alterações bastante radicais nos modelos de subjetividade” (BULHÕES, 2022a, p. 16). Por conseguinte, a autora defende ser indispensável olhar para as repercussões da internet no sistema da arte.

Para Débora Gasparetto (2016), assim como para outros teóricos, mais do que atualizações no sistema contemporâneo, a arte digital (web arte, net arte) estabelece um sistema em paralelo. Essa postura advém de dois pontos basilares: a compreensão de tal produção para além de uma modalidade da arte contemporânea, não se tratando apenas da técnica, mas sim de uma gama de valores estéticos e conceituais específicos; e a constatação (segundo pesquisas da autora no contexto brasileiro) de que a arte digital opera em um circuito diferente, tendo “[...] seus próprios agentes, conceitos, teorias, instituições e instâncias de legitimação” (GASPARETTO, 2016, p. 28).

No entanto, considerando que a arte contemporânea é uma “arte pluralista expansiva, reinando nos territórios da hibridação e da dispersão de fronteiras” (SANTAELLA, 2018, p. 33) – que há muito vem questionando os pressupostos modernos através de práticas conceituais, colaborativas, multimídia, *land art*, performance – e que mídias, eras culturais e sistemas artísticos se acumulam e complexificam no decorrer dos anos, precisando justamente de tempo para se adaptar e incorporar tais mudanças, entende-se que a separação dos circuitos artísticos contemporâneo e digital tende à diluição à medida que atores e instituições apreendem os novos recursos e reformulam os parâmetros difundidos e aceitos no meio. Diante disso, defende-se um sistema contemporâneo (Figura 1) em processo de atualização, no qual os museus são duplamente centrais: tanto pela posição que ocupam, entre produção e recepção/consumo, quanto pela importância das funções que desempenham.

Figura 1 – Principais instâncias de legitimação do sistema da arte contemporâneo



Fonte: FETTER, Bruna. 2018, p. 109.

Sendo assim, a pesquisa tem nos sites dos museus o ponto de partida para discutir questões tão caras às instituições, particularmente, e ao sistema, de modo mais amplo. Para começar, uma breve contextualização da relação entre museus e internet e algumas importantes repercussões do imperativo da visibilidade.

1.1 Museus, internet e visibilidade

É desnecessário dizer que os museus podem ser virtuais, presentes na e através da Internet. É também óbvio que a Internet é um dos principais meios de comunicação e expressão nas nossas vidas e em todas as áreas da sociedade, tal como é óbvio que os museus constituem uma parte disso. Os museus virtuais são cada vez mais comuns e a articulação entre o real e o virtual, o físico e o simbólico tem vindo progressivamente a desenvolver novos híbridos culturais, que geram a renovação da comunicação cultural no mundo, utilizando novas formas de tecnologia de informação e comunicação (CASTELLS, 2015, p. 48).⁹

⁹ O texto *Os museus na era da informação: conectores culturais de tempo e espaço* foi publicado pela primeira vez em 2001 na revista *ICOM News*, vol. 54, n. 3, como transcrição da comunicação apresentada por Manuel Castells na conferência do Conselho em Barcelona, em julho do mesmo ano; e mais tarde, em 2011, traduzido para o português (Brasil) e publicado na *Musas: Revista Brasileira de Museus e Museologia*, vol. 5.

Devido ao aumento progressivo do uso de redes sociais no cotidiano e de iniciativas museológicas totalmente virtuais, talvez hoje, em 2023, contexto pós-pandêmico, a fala do teórico Manuel Castells faça ainda mais sentido do que na época em que foi proferida. No entanto, nem sempre foi assim.

As transformações que a internet impôs à sociedade contemporânea também refletiram no modo das organizações se comunicarem, permitindo a produção e circulação de um número vasto de informações a uma velocidade maior e por um preço menor do que o viável com as mídias tradicionais. Nessa perspectiva, o digital passou a ocupar um espaço de destaque nas estratégias comunicativas, mesmo porque estar presente no mundo on-line tornou-se indispensável no que se refere à visibilidade: “É preciso ser ‘visto’ para existir no ciberespaço. É preciso constituir-se parte dessa sociedade em rede, apropriando-se do ciberespaço e constituindo um ‘eu’ ali” (EFIMOVA, 2005, apud RECUERO, 2009, p. 27). Trata-se de um imperativo que incide sobre todas as esferas sociais, dos indivíduos às organizações, e que não é diferente no campo das artes.

Assim, cada vez mais instituições e artistas vêm buscando ampliar a abrangência de seu trabalho, fazendo voos experimentais, com o uso da *internet*, para a difusão de suas práticas e produtos. Eles objetivam com isso aceder ao público dentro da tela de seu computador, ampliando seu leque de relações além de seu espaço físico geográfico específico. Cresce e diversifica-se continuamente a presença da arte na rede web, deixando perceber-se que uma nova realidade se instala no seu circuito tradicional (BULHÕES, 2010, p. 13).

Os museus, do mesmo modo que outras organizações, também estão presentes na *World Wide Web* (WWW), oferecendo informações sobre si mesmos e suas coleções. Seus sites foram surgindo em paralelo à popularização da tecnologia, sendo os primeiros exemplos do começo da década de 1990: Metropolitan (Estados Unidos da América), Louvre (França) e Rijksmuseum (Holanda) (BARRANHA, 2018; IBRAM, 2020). Vale lembrar que um website é uma página desenvolvida com linguagens de programação – combinando textos, imagens, sons, vídeos –, acessível via internet por meio de um endereço eletrônico (URL – *Uniform Resource Locator*) e podendo ter diferentes finalidades, tais como informar, relacionar, vender (MAISCODE, 2016). Pensando que um site pessoal é uma apropriação do ciberespaço como forma permanente de (re)construção de si e de expressão identitária (RECUERO, 2009), pode-se olhar para um site institucional de modo similar, com a diferença que, no lugar da identidade individual, está a identidade da organização. Nesse caso, ele também é

comumente comparado a um cartão de visitas, embora com maior volume de informações disponível e, certamente, maior alcance. Para os museus, além de ajudar a elevar seus níveis de conhecimento e reconhecimento por parte dos diferentes públicos,

Ter um bom site aumenta a possibilidade de que a visita virtual dos usuários resulte em alguma ação, desde a simples assinatura da *newsletter*, até a compra de um ingresso ou de um produto de merchandising. (Sabina Rosso et al., 2016) O site traz informações importantes como a indicação da localização física do museu, meios de transporte que permitem chegar até lá, horário de atendimento ao público, tabela de preços [...] programação de exposições permanentes, exposições temporárias e eventos (CORONA, 2021, p. 18, tradução nossa).¹⁰

Porém, destaca-se que mais do que transmitir informações práticas acerca do espaço físico, a fim de atrair novos visitantes, a página on-line de um museu é um meio de comunicação de grande importância, configurando-se como um dos lugares oficiais do discurso autorizado no ambiente digital e, portanto, contribuindo para os processos de construção de imagem e reputação institucional. Por isso, cada vez mais as organizações passam a se dedicar a esse canal, buscando não apenas divulgar suas atividades, mas melhorar sua visibilidade. No entanto, conforme mencionado na introdução, mesmo hoje inúmeras instituições culturais nacionais não possuem sites próprios, valendo-se de espaços em páginas de outras entidades (governos, secretarias, universidades) ou das plataformas de redes sociais, mais simples e econômicas de criar e manter atualizadas. Dentre as que possuem um endereço eletrônico específico, muitas ainda apresentam interfaces e informações básicas ou desatualizadas. Sobre isso, Rosali Henriques comenta:

Sabemos que a escolha de sites mais elaborados, tanto do ponto de vista do design quanto da navegação, depende dos recursos humanos e financeiros disponíveis da instituição. Os custos de manutenção de um site mais simples, que não necessita de uma base de dados, podem ser suportados por qualquer instituição, mesmo porque existem muitos servidores que oferecem hospedagem gratuita para este tipo de site. Por isso, queremos crer que a escolha de um tipo de site mais simples dependa mais do tipo de recursos que o museu tenha, do que por uma decisão da instituição (HENRIQUES, 2004, p. 5).

De modo geral, com maior ou menor rapidez, a apresentação dos museus na web foi acompanhando os avanços tecnológicos, relacionados a fatores como velocidade, memória, resolução (qualidade) da imagem, entre outros. Dessa forma, se num

¹⁰ “Having a good website increases the possibility that the users' virtual visit will result in any action, from the simple subscription to the newsletter, to purchase a ticket or a merchandising product. (Sabina Rosso et al., 2016) The website provides important information such as the indication of the physical location of the museum, means of transport that allow it to be reached, opening hours to the public, tariff table [...] programming of permanent exhibitions, temporary exhibitions and events.”

momento inicial a preocupação estava em criar páginas on-line e depois em torná-las cada vez mais interativas e fáceis de navegar, com o tempo, a presença virtual e interacional dessas instituições não se limitava mais aos seus sites oficiais (OLIVEIRA, 2020), como demonstra o levantamento inicial realizado com as oito entidades nacionais selecionadas para esta investigação (Quadro 2). Na síntese, revela-se grande adesão às plataformas de visibilidade, estando, por exemplo, a maioria presente no Google Arts & Culture – projeto não comercial lançado pela Google em 2011 e constantemente em expansão que disponibiliza inúmeros itens de patrimônio artístico e cultural on-line em parceria com instituições e artistas do mundo todo (GOOGLE, [s.d.]). Contudo, o destaque vai para as demais redes: Facebook, Instagram e YouTube, que apareceram com unanimidade – lembrando que os sites eram pré-requisito de seleção.

Lugares privilegiados para compreender como museus tratam sua visibilidade (exposições, acervos, programas educativos etc.), as redes sociais digitais on-line tornaram-se incontornáveis para compreendermos como as instituições constroem sua autoimagem (OLIVEIRA, 2020, p. 104).

Surgidas a partir dos anos 2000, com maior força depois de 2010, essas plataformas se caracterizam pelas conexões (interações, relações e laços sociais) entre seus atores (RECUERO, 2009), abrindo espaço para práticas dialógicas e, até mesmo, de coautoria (OLIVEIRA, 2020). Cenário que desafiou e continua desafiando os museus em vários sentidos, sobretudo no que se refere à questão da autoridade.

A introdução de meios de comunicação mais participativos fez a ideia de controle sobre a autoria das narrativas cair por terra definitivamente: “até o museu de tijolo e argamassa precisa aceitar que não são mais vozes autorizadas singulares sobre os artefatos que exibem e que as vozes de especialistas externos estão ao alcance de qualquer pessoa com um Smartphone” (BELL & IPPOLITO, 2015, p.53, apud OLIVEIRA, 2020, p.107). E mais: ao mesmo tempo em que abrem espaço para especialistas alheios ao museu, inclusive ao campo, as redes sociais possibilitam o questionamento de práticas e discursos por todos os seus participantes, aumentando a pressão sobre as entidades (em todas as suas esferas) por mais transparência, abertura e diálogo, conforme apontado por André Lemos (2010) ao falar sobre a ciberdemocracia.

Quadro 2 – Presença das instituições nas principais plataformas digitais¹¹

Instituição	Site	YouTube	Instagram	Facebook	GA&C
MON	✓	✓	✓	✓	✓
2002	2003	2017	2016	2011	2018
MARGS	✓	✓	✓	✓	✗
1954	2001	2012	2019	2011	
Inhotim	✓	✓	✓	✓	✓
2006	2007	2009	2012	2010	2013
Pina	✓	✓	✓	✓	✓
1905	2004	2011	2012	2010	2012
MAM-SP	✓	✓	✓	✓	✓
1948	1998	2011	2012	2010	2012
MASP	✓	✓	✓	✓	✓
1947	2001	2011	2014	2009	2017
MAM-RJ	✓	✓	✓	✓	✓
1948	1998	2011	2016	2012	?
MAM-BA	✓	✓	✓	✓	✗
1959	1999	2021	2012	2011	

Dados coletados em julho de 2022 e revisados e atualizados em maio de 2023.

Obs.: As datas dos sites foram atribuídas a partir da ferramenta *Wayback Machine* (www.archive.org), que registra o histórico de páginas na rede, utilizando-se domínios atuais e antigos encontrados por meio de pesquisas on-line;¹² as datas do projeto Google Arts & Culture também foram obtidas a partir de publicações na internet, tanto oficiais (Google e museus), como de portais de notícias; as do YouTube e Facebook são fornecidas nas próprias plataformas e as do Instagram correspondem às das primeiras postagens.

Fonte: Elaborado pela autora.

Na visão de Emerson Oliveira, o principal desafio imposto aos museus pelo uso das mídias sociais é a construção de uma identidade pública “[...] dentro do imperativo de conectar uma ordem institucional e burocrática à dimensão pessoal, emocional, imaginária e intuitiva de seu visitante” (OLIVEIRA, 2020, p.106). Isso porque, enquanto lugar oficial da arte, o museu apresenta uma postura histórica extremamente formal, que vai de encontro à estrutura “egocêntrica” dessas plataformas (RECUERO,

¹¹ Plataformas escolhidas com base nos dados divulgados pela pesquisa realizada pelo ICOM Brasil: *Desafios em tempos de covid-19* (2020). Disponível em: <http://www.icom.org.br/?p=2121>. Acesso em: 24 jan. 2021.

¹² De acordo com os dados disponibilizados pela ferramenta *Archive Internet*, o atual endereço eletrônico do site do MARGS (www.margs.rs.gov.br) mantém registros desde 2008. Porém, por meio de uma notícia divulgada na página do Governo do Estado do RS (disponível em: <https://estado.rs.gov.br/margs-lanca-novo-site>), descobriu-se que anteriormente a instituição usava o domínio <https://www.margs.org.br>, o qual funcionou aproximadamente de 2001 até 2008 e hoje pertence a outra organização. Endereços anteriores também foram identificados no caso do MON, que iniciou sua presença on-line vinculado ao site do Governo do Paraná (www.pr.gov.br/mon), provavelmente em 2003, e mudou para <http://www.museuoscarniemeyer.org.br> entre 2012 e 2013; do MAM-RJ que já usou <http://www.mamrio.com.br> e www.mamrio.org.br antes de mudar, ao que tudo indica em 2020, para o atual www.mam.rio; do MASP, cujo primeiro site encontrado foi o www.masp.art.br, atualizado para www.masp.org.br em 2015; do MAM-SP, que mesmo tendo o domínio atual (www.mam.org.br) desde 1998, parece já ter utilizado o <http://mam.terra.com.br>, hoje fora do ar; e do MAM-BA, que além do endereço www.mam.ba.gov.br, que está ativo desde 1999, apresenta a partir de 2012 o <http://bahiamam.org>, site que se aproxima mais a um blog e que se encontra disponível até hoje, ainda que desatualizado. No caso da Pinacoteca de São Paulo, instituição mais antiga dentre as selecionadas, não foram encontradas informações a respeito de domínios anteriores.

2012, apud OLIVEIRA, 2020, p.104), que acaba por privilegiar uma linguagem mais informal e pessoal.

Questões como essas podem ajudar a explicar o porquê das instituições de arte terem refreado durante tanto tempo as transformações do digital. No entanto, esse panorama começou a mudar efetivamente durante a pandemia da covid-19, conforme apontam outros estudos:

O quadro observado na pesquisa anteriormente à pandemia evidenciava muitas restrições do sistema da arte em relação ao uso da internet, que nas minhas hipóteses eram decorrentes de dois fatores combinados. As fricções que esta produção fazia em seus valores e suas práticas e o afastamento e o desinteresse destes artistas em relação ao sistema. Entretanto, o uso da internet como opção comunicacional durante o afastamento social inaugura novas condições que se manifestam em dois aspectos: antecipação e aceleração. Antecipação, porque observo que o avanço da internet no campo das artes visuais vinha lentamente se processando, a pandemia antecipou o que iria acontecer num futuro não muito distante. Aceleração, porque este processo está se implantando com uma rapidez enorme, e em pouco menos de três meses muitas modificações já se evidenciaram (BULHÕES, 2020, p. 122).

Em meio à crise sanitária provocada pelo novo coronavírus e às políticas de distanciamento social implementadas para sua contenção, museus, galerias e demais espaços expositivos se viram obrigados a fechar suas portas e a repensar sua relação com a tecnologia. A fim de manter o contato com seus públicos e patrocinadores durante esse período,

Uma diversificada gama de temas, abordados por especialistas dos mais distantes locais, foi disponibilizada por instituições museológicas que colocaram nelas o peso de sua credibilidade e reconhecimento no sistema da arte. Assim, foi oferecida na rede, para acesso de interessados de diferentes regiões do País, uma circulação de informações sobre artes visuais até então nunca realizada (BULHÕES, 2022b, p.190).

A proliferação de *lives*, conversas, palestras, oficinas e tantas outras atividades pôde ser percebida por todos aqueles que se mantiveram conectados, e também foi documentada nos relatórios anuais de 2020 e 2021 de museus como MAM-SP, MAM-RJ e MASP. A partir desses materiais, é possível verificar os processos de antecipação e aceleração apontados por Bulhões (Quadro 3), bem como acompanhar os números crescentes de atividades comunicacionais e educacionais oferecidas pela internet e suas métricas de participação e alcance. Dentre importantes medidas empreendidas, destacam-se: criação de áreas de TI, investimentos em softwares e recursos digitais para gestão interna, ampliação de obras digitalizadas e disponibilizadas em suas páginas de acervo, abertura de canais virtuais, intensificação na produção e circulação de conteúdos

– novos e antigos –, busca por alternativas de financiamento, inclusão de serviços on-line.

Quadro 3 – Trechos dos relatórios anuais sobre transformações digitais

<p>“Em 2020, o museu precisou se reinventar, adaptando-se ao ambiente digital. O museu buscou dar continuidade à sua missão, conectando-se com seu público por meio da programação on-line #maspemcasa. Entre março e outubro de 2020, produzimos 55 lives que foram vistas por mais de 105 mil pessoas. O perfil do MASP no Instagram tornou-se o maior entre os das instituições culturais da América Latina, tendo superado a marca de 650 mil seguidores, ultrapassando Getty, Malba, Hermitage, Uffizi, National Gallery D.C. O crescimento da relevância digital de nossa programação foi reconhecido internacionalmente pelo jornal The New York Times, que recomendou o canal de Instagram do museu no artigo “5 Art Accounts to Follow on Instagram Now” em 26 de agosto” (MASP, 2021, p. 1).</p>
<p>“A pausa nas atividades presenciais favoreceu um novo planejamento estratégico, com fluxos e profissionais adaptados a uma forma mais contemporânea de gerir e pensar museus. Mudanças já planejadas foram aceleradas durante a pandemia, como o avanço digital da programação artística, a reestruturação organizacional e a requalificação de processos, espaços e métodos de trabalho.” (MAM-RJ, 2021, p. 17).</p>
<p>“Em 2021, a programação do MAM Educativo se fortaleceu no ambiente virtual apostando em publicações audiovisuais, <i>lives</i> artístico-educativas nas redes sociais do museu, visitas virtuais, oficinas, encontros por videoconferência e realização de um festival inédito totalmente on-line” (MAM-SP, 2022).</p>
<p>“Inicialmente realizados no espaço do museu, devido à pandemia de Covid-19 os programas foram reformulados para o ambiente virtual em 2020 e continuaram sendo executados dessa maneira em 2021. Se, por um lado, perdeu-se o contato direto com os visitantes, por outro, o museu conseguiu alcançar públicos de diferentes regiões do Brasil. Como resultado de uma experiência bem-sucedida, esses programas serão continuados e aprofundados em 2022” (MASP, 2022, p. 123).</p>
<p>“Desde o início de 2020, o museu respondeu ativamente ao desafio de conectar-se com o público de forma virtual, produzindo e adaptando conteúdos artísticos e educativos no intuito de cumprir seu papel de disponibilizar o alento que a arte oferece a corações e mentes que naquele momento estavam sendo afetados pela situação de emergência ocasionada pela pandemia” (MAM-SP, 2022, p. 10).</p>
<p>“Apenas três dias depois do fechamento, o MAM Rio lançou pela internet uma série de oficinas de artistas-educadores para inspirar crianças e adultos no longo período de confinamento que se seguiu. A internet não seria apenas um recurso de emergência, mas uma estratégia de programação, comunicação e de futuro, ampliando o alcance do museu e permitindo seu reposicionamento como uma instituição do presente” (MAM-RJ, 2021, p. 11-12).</p>

Fonte: Arquivos dos relatórios disponibilizados nos sites dos museus.

Visando retratar os impactos da pandemia no setor e apontar tendências para o futuro, o Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM Brasil) realizou em 2020 a pesquisa *Desafios em tempos de covid-19*, com profissionais e públicos de museus. De acordo com os resultados divulgados, sites próprios e redes sociais estavam entre as principais plataformas utilizadas para visitar e participar da programação oferecida (Figura 2). Isto é, apesar do crescimento exponencial das mídias sociais nos últimos anos, os websites das instituições de arte continuam sendo bastante procurados pela população, e o foram mais ainda durante a pandemia, como mostram os dados de comunicação dos relatórios institucionais de 2021 (Figura 3).

Figura 2 – Plataformas mais acessadas para participar de atividades de museus na pandemia



Fonte: ICOM Brasil, 2020.

Figura 3 – Métricas dos sites do MAM-RJ, MASP e MAM-SP em 2021

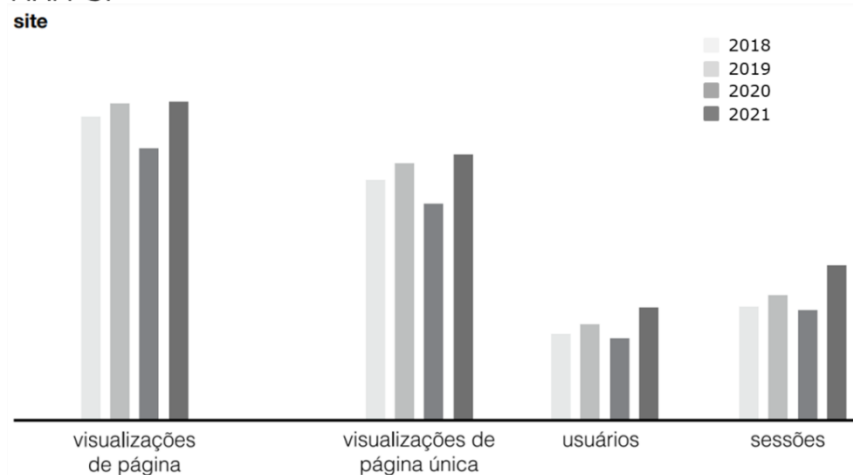
MAM-RJ



MASP

SITE
O site do MASP contabilizou 1,78 milhões de visitantes em 2021, um crescimento de 40% em relação ao ano anterior. Já o número de visualizações das páginas aumentou 77,5%, atingindo a marca de 5,16 milhões de visualizações. Ao longo do ano houve 1.166.635 visitas e

MAM-SP



Fonte: Elaborado pela autora com base nos relatórios disponibilizados nos sites dos museus.

Residências, cursos, exposições e visitas virtuais foram outros exemplos de propostas dos museus em suas plataformas digitais, que, além de manter “o engajamento do mundo das artes nestes tempos difíceis” (BULHÕES, 2022b, p. 191), acabaram por fortalecer as conexões internas do campo (atores-atores, atores-instituições, instituições-instituições), afirmar a importância dos programas educativos e demonstrar novas possibilidades de interação com o público. Nas palavras de Bulhões: “Pode-se observar uma verdadeira virada digital na grande maioria das entidades de artes visuais no País [...]” (idem, p. 192), o que comprova que elas podem atuar nesses ambientes. Diante desse cenário pós-pandêmico e ainda mais conectado, surge o questionamento: o que os sites dos museus brasileiros podem dizer sobre o sistema da arte local?

2 UMA PROPOSTA CARTOGRÁFICA PARA SITES DE MUSEUS DE ARTE BRASILEIROS

Mapa, diagrama, desenho, esquema. Todos esses conceitos podem ser acionados quando se pensa em uma página da internet (não à toa chama-se mapa do site a estruturação de seus conteúdos) e, também, quando se fala em cartografia. Porém, é preciso diferenciar a cartografia clássica, cujo foco está na produção da imagem de um determinado território geográfico, da cartografia enquanto processo ou “não-método” (RIBAS, 2016), na qual importa antes o percurso desenvolvido, e as relações traçadas a partir dele, do que seu produto visual. Assim, nas palavras de Cristina Ribas,

Se temos uma ou mais linhas traçadas em um papel e uma quantidade x de informações conectadas por essas linhas diagramadas, temos uma cartografia que, apesar de parecer simples, pode ser de razão complexa. Parece então que uma cartografia ou um diagrama podem ser simples, mas tratarem de uma complexidade tal que possamos ir lendo neles níveis de imbricação de relações e fluxos, materiais e imateriais, visíveis e invisíveis, conhecidos e desconhecidos. Eles operam em “mão dupla” (ou mais de uma “mão”), porque fluxos podem não ter “pontos finais” claros e podem indicar, ao invés de “finalidades”, “conexões” (RIBAS, 2016, p. 86).

Isto é, essa cartografia processual “[...] trabalha na composição de territórios em diversos planos de significação e diversos planos semióticos, e se dedica a compor planos subjetivos que não são menos reais, são planos que se caracterizam como móveis, cambiáveis, transformacionais” (idem, p.83). Vale lembrar que um território é limitado por um conjunto de signos, não sendo definido apenas espacialmente, por fronteiras geográficas (KASTRUP, 2019). Nesse sentido, o sistema da arte configura um território específico, bem como o ciberespaço, o museu, o site, as redes sociais etc., todos igualmente completos e complexos, ainda que uns possam fazer parte de outros.

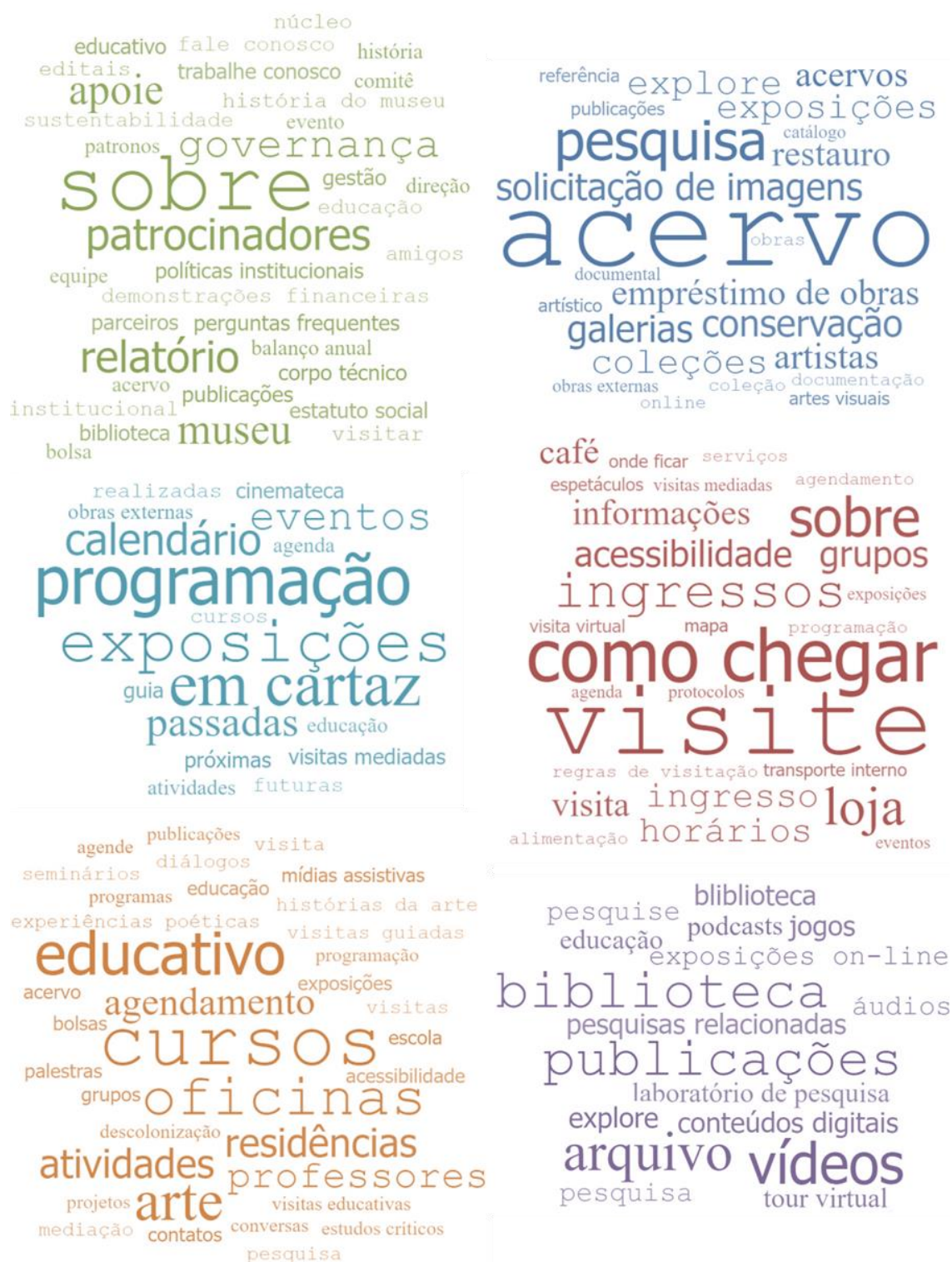
Sob a perspectiva de que “Cada parte da rede é virtualmente a rede total” (CAUQUELIN, 2005, p.60), pode-se pensar no site de um museu como um tipo de mapa ou diagrama da instituição e, por conseguinte, do próprio sistema. Assim, a proposta é atentar para o que é visível nesses espaços digitais (conteúdos), a fim de revelar e discutir questões sistêmicas que possam ser invisíveis em um primeiro olhar.

O primeiro exercício partiu de uma exploração inicial pelos menus das páginas selecionadas, buscando identificar termos em comum. Entende-se que, apesar das particularidades de cada instituição, há certos eixos condutores, nessas escolhas e agrupamentos, de matriz sistêmica. Desse modo, todas as palavras-chaves dos menus e seus submenus foram dispostas em uma planilha e organizadas por cores, de acordo

com suas temáticas, dando origem a seis grupos: 1) sobre – de cunho institucional e até mesmo burocrático: história, equipe, tipo de financiamento, gestão, relatórios; 2) acervo – disponibilização de imagens, apresentação de obras e artistas, processos de conservação e restauro; 3) programação – divulgação de calendário de atividades e eventos, com enfoque nas exposições: atuais, passadas e futuras; 4) visite – informações gerais, como localização, horários, ingressos, acessibilidade, recepção de grupos e equipamentos: loja e café; 5) educativo – com foco em visitas mediadas, cursos, oficinas e formações; e 6) publicações – incluindo desde catálogos, textos e relatórios até conteúdos em vídeo, áudio e mesmo jogos.

Após a definição de tais eixos, elaborou-se uma nuvem semântica para cada, visando ilustrar os diferentes tópicos pertencentes a esses grandes “guarda-chuvas” e, ao mesmo tempo, colocá-los em relação uns com os outros, criando uma espécie de síntese visual (Figura 4). Esse exercício possibilitou a identificação e elaboração de determinadas questões de cunho sistêmico, discutidas na sequência.

Figura 4 – Conjunto de nuvens semânticas elaboradas a partir dos menus



Fonte: Elaborado pela autora.

2.1 Transparência e disponibilidade

Palavra de ordem da comunicação segundo Cauquelin (2005), a transparência está intimamente relacionada ao tema da visibilidade e, portanto, vai de encontro à lógica opaca do sistema da arte hegemônico. Afinal, que visitante nunca se perguntou como funcionam e são mantidas as instituições artísticas? Ou quem são as pessoas por trás delas? Como se faz para expor em um museu? Quanto vale uma obra? Indagações comuns e aparentemente simples, mas com respostas complexas e nem sempre acessíveis, que começam a ser abordadas, e algumas até mesmo respondidas, em conteúdos dos canais digitais desses espaços culturais, sobretudo nos disponibilizados em seus sites.

Um elemento fundamental de transparência – principalmente quando se pretende conhecer melhor o museu em questão, o lugar que ele ocupa no sistema local e os agentes que o compõem – é o eixo *sobre*, comum a todas as instituições, ainda que às vezes com nomenclaturas particulares. Dentre os termos que se sobressaíram na nuvem semântica do grupo, além do que lhe dá nome, estão ainda: *museu*, *governança*, *apoie*, *patrocinadores* e *relatório*. Como alguns dizem respeito ao setor financeiro, aproveitasse para comentar que quatro das entidades escolhidas são privadas (MAM-SP, MASP, MAM-RJ, Inhotim) e quatro são públicas (MON, MARGS, MAM-BA, Pina), ponto relevante para a compreensão das modalidades de financiamento usualmente adotadas pelas duas tipologias e de possíveis interesses e diretrizes institucionais. Além de acessíveis via menus (abas *sobre* ou *apoie*), esses dados aparecem em outras partes dos sites, como nos rodapés – com logotipos dos principais apoiadores e patrocinadores – e nos relatórios de atividades anuais, quando publicados.

Ressalta-se que as ideias de público e privado nos museus de arte são menos fixas e estáveis do que se poderia imaginar, especialmente depois que o terceiro setor (neste contexto as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIPs) passou a fazer parte do financiamento e gestão desses espaços (WU, 2006). No Brasil, tanto instituições privadas como públicas podem receber verbas do Estado (por meio de editais e leis de incentivo à cultura em nível municipal, estadual e nacional) e particulares (doações de pessoas físicas e jurídicas, com ou sem incentivo fiscal). No caso específico de doações com incentivo, isto é, quando uma empresa ou indivíduo doa um determinado valor a uma instituição e abate um percentual dele (de 4% a 6%) de

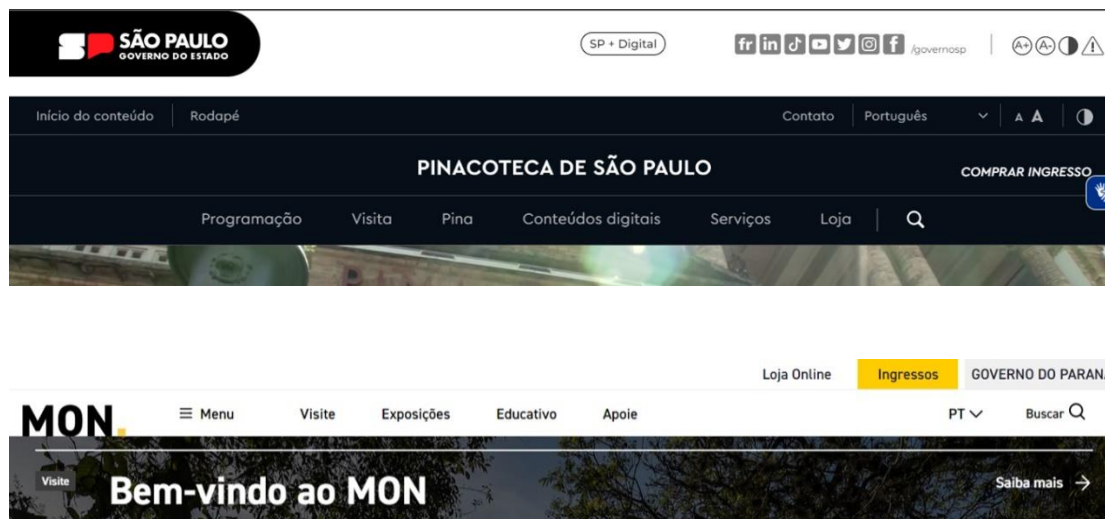
seus impostos devidos, a autora Chin-Tao Wu (2006) faz uma ressalva importante ao lembrar que, no fim das contas, trata-se de um subsídio público indireto.

Ao pesquisar o que chamou de intervenção corporativa nas artes, Wu traz reflexões pertinentes a respeito do interesse das empresas no ambiente cultural desde os anos 1980, que mesmo enfocando os cenários estadunidense e inglês podem ser estendidas para outras localidades, como o Brasil. Mais do que questões fiscais, seriam motivos para essa aproximação as estratégias de marketing, tanto na parte de publicidade – uso dos museus e de seus canais de comunicação para ganhar maior visibilidade – quanto de relações públicas – forma de melhorar a imagem organizacional, seja mostrando responsabilidade social ou ostentando capital simbólico. Aqui a autora é enfática ao sinalizar que são os principais executivos das corporações que encabeçam os patrocínios no campo (os chamados “gestores culturais capitalistas”), uma elite dentro da elite que também tem interesses individuais de distinção social (WU, 2006).

Destaca-se que das oito instituições pesquisadas, apenas o MAM-BA parece ser financiado exclusivamente com recursos públicos, estando vinculado ao Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural (IPAC), da Secretaria de Cultura do Estado (SecultBA), e não apresentando qualquer dado sobre financiamento em seu site. Mesmo a criação da página é atribuída ao Mídia Lab MAM Bahia, interno ao museu, diferentemente dos demais exemplos que, quando exibem essa informação, normalmente indicam empresas e agências de publicidade (MAM-RJ: M2U Digital; MAM-SP: Sites WP; MARGs: AN – Alvaron *Fulltime Freelancer*; MON: Matilha Estúdio; Pina: hous 360).

Enquanto os rodapés normalmente exibem os apoiadores e patrocinadores, independentemente de a instituição ser pública ou privada (com o diferencial de os logos funcionarem como hiperlinks para as páginas das entidades nos exemplos do MASP, MAM-RJ e Pina), os cabeçalhos tendem a apresentar a marca do museu, o menu do site e algumas configurações básicas (idioma, busca, tamanho de fonte, contraste). Contudo, para o MON e a Pinacoteca eles servem para reforçar seu caráter público, dando protagonismo aos governos do estado paranaense e paulista, respectivamente (Figura 5). Nessa mesma linha de vínculo governamental estão os endereços eletrônicos do MARGs (www.margs.rs.gov.br) e MAM-BA (www.mam.ba.gov.br). Em suma, todos os museus públicos acabam revelando esse dado de alguma maneira.

Figura 5 – Destaque dos vínculos estaduais nos cabeçalhos da Pina e MON



Fonte: Sites das instituições.

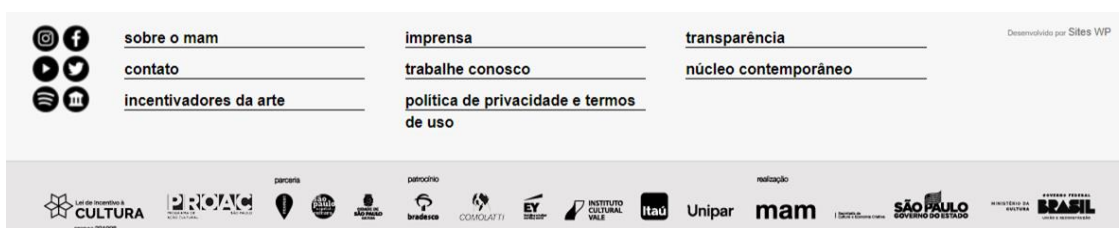
Importa ainda salientar que os museus nacionais possuem outras fontes de receita, afora leis e editais públicos e doações e patrocínios, apresentando comumente departamentos específicos para captação e manutenção de parcerias, planejamento de benefícios e contrapartidas. Entre as iniciativas encontradas estão associações de amigos, grupos de colecionadores, cooperações institucionais (*pro bono*, permutas, mídia) e receitas operacionais (bilheteria, loja, café, estacionamento, locação de espaço, eventos). Vale lembrar que durante a pandemia os recursos sofreram grandes impactos, tendo sido preciso uma reinvenção por parte das instituições também nessa área, buscando alternativas mais perenes e previsíveis em sentido orçamentário, o que talvez seja o maior desafio do setor artístico-cultural. O MASP, por exemplo, traz em seu relatório de 2021 novas frentes de atuação, como o MASP Ensino (iniciativa de levar cursos extracurriculares de artes às escolas de São Paulo), o *Friends of MASP* (fundação em Nova York para captar recursos no exterior) e *MASP Endowment* (fundo que tem por objetivo garantir a sustentabilidade financeira do museu a médio e longo prazos) (MASP, 2022).

Como mencionado anteriormente, outro bom instrumento de transparência é o relatório anual de atividades, que no caso de quatro instituições pode ser encontrado em seus sites: MAM-SP (2019, 2020, 2021), MAM-RJ (2020, 2021), MASP (2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021), MON (2022). Nesse tipo de publicação os números se tornam protagonistas, revelando valores arrecadados, gastos, desempenho nos canais de comunicação, resumos de exposições, atividades e conteúdos desenvolvidos, aquisições

de acervo, etc. Um pouco de tudo, contribuindo para deixar essas informações mais acessíveis à população.

Além de disponibilizar esse material, o MAM-SP apresenta uma seção intitulada “Transparência” em menu auxiliar no rodapé, semelhante à Pinacoteca, cujos tópicos da parte inferior do site vinculam-se inteiramente à temática (Figura 6). No entanto, para acessar os relatórios desta instituição é preciso aceder à página da Associação Pinacoteca Arte e Cultura (APAC), onde há itens também de outras entidades e os formatos são bem distintos dos publicados pelos demais museus.

Figura 6 – Menus no rodapé com seções de transparência: MAM-SP e Pina



Transparência

Código de Ética

Trabalhe Conosco

Contrato de Gestão

Compras e Contratações

Portal da transparência

Ouvidoria Secretaria de Cultura e
Economia Criativa



Lei de Incentivo à
CULTURA



SISEM SP
sistema estadual de museus
de são paulo



APAC
ASSOCIAÇÃO
PINACOTECA
ARTE E CULTURA



PINACOTECA
DE SÃO PAULO



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Fonte: Sites das instituições.

Quando a transparência encontra um meio que oferece visibilidade e alcance sem precedentes, como é o caso da internet e, mais particularmente dos sites – espaços online de convergência de plataformas, conteúdos e discursos – certas mudanças começam a acontecer. O que não quer dizer que todos aqueles que agora têm acesso às informações irão tomar conhecimento delas, mas sim que elas estão ali, disponíveis. Dada a condição do visível, torna-se possível criar mais e outras conexões, expandindo e renovando debates. Um bom exemplo é a pauta sobre a ampliação da função social do museu no ambiente digital, tendo em vista as características do meio, discutidas ao longo deste capítulo, e as reverberações e movimentações sociais que delas decorrem.

2.2 Função social: da legitimação à revisão institucional

Considerando a posição dos museus no sistema da arte contemporâneo (Figura 1), pode-se dizer que eles atuam como mediadores entre o que é produzido no campo e os diferentes públicos, influenciando e sendo influenciados, simultaneamente, pelos eixos de produção e recepção/consumo. Sendo assim, entende-se que a instituição exerce uma dupla função: uma mais voltada ao funcionamento do próprio sistema, enquanto espaço de legitimação e autoridade no campo artístico – e, portanto, vinculado também ao mercado –, e outra fortemente atrelada à sociedade, proporcionando reflexão acerca de temas históricos, sociais e culturais, e contribuindo para a construção de cidadania (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013; UNESCO, 2017).

Atenta-se para a preponderância do caráter legitimador na instância da produção artística, uma vez que tudo que está inserido no espaço museal passa a adquirir automaticamente um “selo de arte”. Ou seja,

[...] de um imenso conjunto das práticas simbólicas que envolvem todo tipo de manifestação [...] somente uma pequena parcela recebe a definição, o reconhecimento coletivo, e o valor de *Arte*. Nesse reconhecimento, as instituições museológicas desempenham um importante papel. Elas constituem o lugar oficial da Arte. Tudo que é produzido como arte, difundido como arte, comentado como arte e vendido como arte, em algum momento passa por um museu ou grande exposição institucional (BULHÕES, 2000, p.40, grifos da autora).

Afinal, é nos museus que se processam os discursos da arte (estética, história e crítica) e se encontram os mais diversos atores do sistema – desde artistas e público, até profissionais especializados: produtores, curadores, pesquisadores, museólogos, educadores, gestores –, o que lhes confere condição de estatuto. Assim, “Estabelece-se uma relação quase direta entre os termos museu-autenticidade” (idem, p.44).

Com base nas nuvens semânticas elaboradas em torno do eixo institucional – *sobre* e *acervo* (Figura 4) –, associa-se em maior grau o papel legitimador dos museus aos dois primeiros pilares do tripé museológico: preservação, pesquisa e comunicação (modelo PPC). Por muito tempo a preservação foi o *core* do museu, assim como o objeto/coleção. Em se tratando da produção artística contemporânea (incluindo aqui a digital), a questão da materialidade (ou da não materialidade) foi um primeiro desafio para a área, que abrange todas as etapas vinculadas às coleções: aquisição (por coleta, escavação arqueológica, doações, troca, compra, pilhagem), catalogação, acondicionamento, conservação, restauração e gestão. Porém, vale lembrar que a

preservação é apenas um dos eixos da ação museal, sendo outro o das práticas intelectuais de descoberta, produção e interpretação de conhecimentos relativos às obras (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013). “Apenas por meio do conhecimento obtido de tais pesquisas, o completo potencial dos museus pode ser alcançado e oferecido ao público. A pesquisa é de extrema importância para os museus, para que se ofereçam oportunidades de reflexão [...]” (UNESCO, 2017, p. 6).

Pode-se dividir a pesquisa museológica em quatro tipos: a mais clássica, vinculada à disciplina da história da arte e baseada nas coleções e na produção de materiais sobre elas; a que engloba áreas de interesse alheias, como materiais e normas de conservação, pesquisa de públicos, métodos de gestão; uma centrada na reflexão sobre o museu, partindo da própria museologia; e outra que aborda a análise da instituição, particularmente pelas suas dimensões midiáticas e patrimoniais, referindo-se aos campos da história e da sociologia (DAVALLON, 1995, apud DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013). Ressalta-se ainda que “Com a ajuda de mecanismos do mercado – que favorecerem as exposições temporárias em detrimento das de longa duração –, uma parte da pesquisa fundamental foi substituída pela pesquisa aplicada [...]” (idem, p. 78).

Conforme mencionado acima e observado no exercício das nuvens semânticas, os pilares de preservação e pesquisa se evidenciam nos botões de menu e submenus dos sites analisados, bem como em seus relatórios anuais e demais publicações disponibilizadas. O fato de as instituições compartilharem diversos elementos relacionados a essas temáticas em suas páginas on-line acaba refletindo a importância que elas detêm em nível sistêmico, além de reafirmar os museus como lugar dos especialistas em arte – posição que também instaura valor simbólico e financeiro. Sobre este último aspecto, Hans Belting comenta:

Há muito tempo não se pode mais classificar o museu somente como cultura e também a feira de arte somente como mercado, desde que nossa cultura se dedica zelosamente tanto à musealização como ao princípio do marketing. No museu é consagrada a mercadoria que, ao mesmo tempo, é comercializada na feira de arte (BELTING, 2012, p.177-178).

Sendo difícil a separação dos circuitos de valor simbólico e de mercado, especialmente na contemporaneidade, Bulhões (2000) pontua a importância de uma atuação crítica por parte das instituições culturais, equilibrando forças e garantindo as funções sociais da arte. Nesse sentido, frisa-se a nova definição de museu do ICOM, que diz:

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, **ao serviço da sociedade**, que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Os museus, **abertos ao público, acessíveis e inclusivos**, fomentam a **diversidade** e a sustentabilidade. Os museus funcionam e comunicam ética, profissionalmente e, com a **participação das comunidades**, proporcionam experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimento (ICOM, 2022, s/p., grifos nossos).¹³

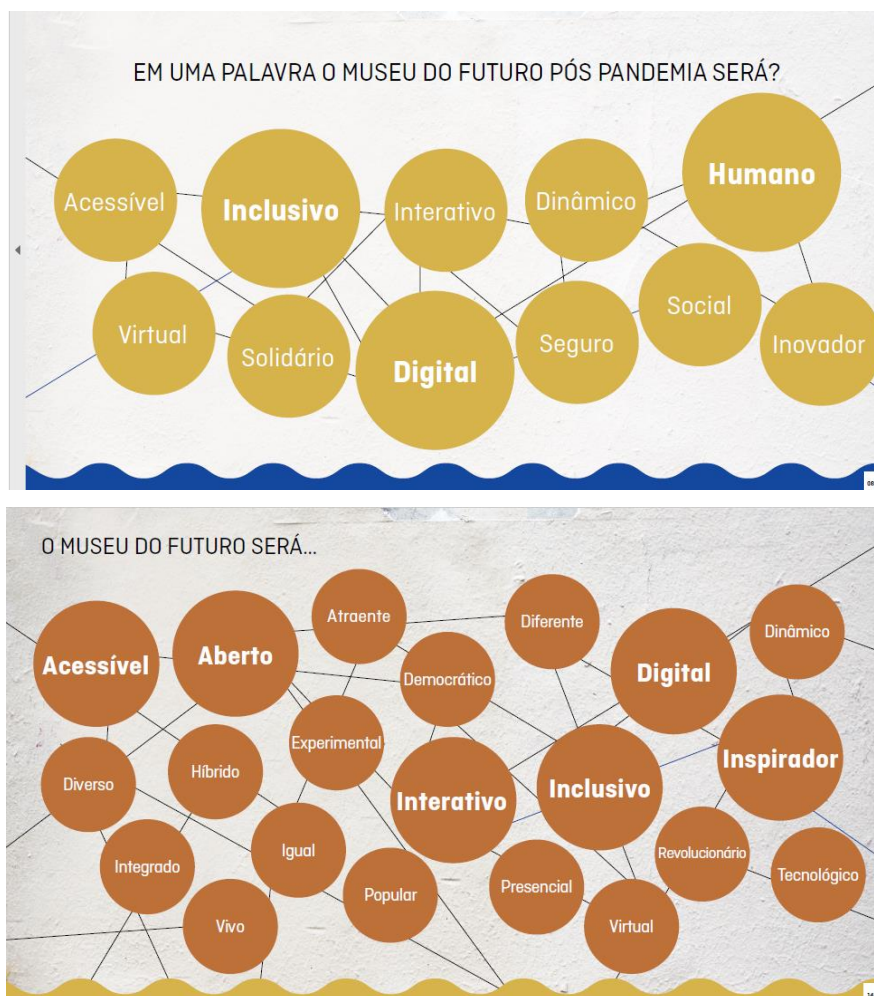
Tal ênfase no papel sociopolítico está atrelada ao discurso da chamada nova museologia, que influenciou amplamente os ideais dos anos 1980 defendendo seu caráter interdisciplinar e propondo novos modos de expressão e comunicação (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013). Mais de quarenta anos depois, os resultados da pesquisa do ICOM sobre futuro dos museus (mencionada no capítulo 1) reforçam conceitos que vão ao encontro dessa abordagem, como: *aberto, diverso, democrático, humano, inclusivo, solidário, social, popular e acessível* (Figura 7), tanto nas respostas dos funcionários quanto nas do público. Frisa-se ainda a indicação de palavras ligadas ao uso de tecnologias, tais como *interativo, digital, virtual e tecnológico*. Desse modo, entende-se que os

[...] museus têm um papel social a cumprir no mundo contemporâneo, no qual a internet e a comunicação em rede são realidades cada vez mais presentes. [...] Estar nesse ambiente e fazer parte do diálogo que acontece nas redes é fundamental para que as informações produzidas pelos museus possam ser, cada vez mais, disseminadas e utilizadas pelas pessoas (IBRAM, 2020, p.17).

No caso específico do Brasil, “onde as instituições culturais estão concentradas nos grandes centros urbanos e nas regiões mais ricas, falar em democratização do acesso aos museus passa, necessariamente, pela sua disponibilização digital na internet” (idem, p.22). Nessa perspectiva, a função social está intimamente relacionada ao pilar da Comunicação, que engloba tanto o acesso às coleções, por meio das exposições e da apresentação das pesquisas realizadas sobre elas (publicação de materiais em formatos físicos e digitais, como catálogos, artigos, vídeos, áudios), quanto propostas educativas (cursos, oficinas, mediações, produção de materiais, rodas de conversa, seminários). Vale notar que a educação nos museus se dá formal e informalmente – visando reflexão, sensibilização, troca e autonomia – e que vem aumentando seu reconhecimento institucional, a ponto de ser considerada pela UNESCO (2017) como uma das quatro funções primárias da museologia, isto é, ao lado de preservação, pesquisa e comunicação.

¹³ Definição elaborada a partir de pesquisa pública, cujo processo durou quase dois anos, e divulgada no site do ICOM no dia 25 de agosto de 2022. Disponível em: <http://www.icom.org.br/?p=2756>. Acesso em 14 nov. 2022.

Figura 7 – Destaques de funcionários e público, respectivamente, sobre o futuro dos museus



Fonte: Pesquisa *Desafios em tempos de covid-19*, p.8 e 14.¹⁴

Outro aspecto a se destacar na nova definição de museu aprovada pelo ICOM, em comparação à anterior de 2007¹⁵, é a substituição da palavra *transmite* por *interpreta*, o que deixa claro que não há uma única versão da história e, portanto, que “[...] o pretenso universalismo da história da arte é um equívoco ocidental” (BELTING, 2012, p.11). Essa lógica irrompe nas práticas descoloniais que começam a aparecer com maior frequência em museus brasileiros (Figura 8) – e que englobam exposições, seminários, cursos, reavaliações de acervos e discursos –, buscando dar conta de uma urgente e necessária revisão histórica e institucional.

¹⁴ Disponível em: <https://www.icom.org.br/?p=2121>. Acesso em 19 mai. 2023.

¹⁵ Definição instituída em 2007 pelo ICOM e adotada até 2022: “O museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, expõe e transmite o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio, com fins de estudo, educação e deleite”.

Figura 8 – Colagem de fragmentos da programação divulgados na página inicial dos sites de Inhotim, MAM-RJ, Pina, MASP e MARGS

ESCOLA PANAPANÁ DENILSON BANIWA

Em cartaz a mostra "A memória é uma invenção"
Exposição reúne mais de 300 obras dos acervos do Museu de Arte Negra/IPEAFRO, Acervo da Laje e MAM Rio.

Abdias Nascimento e o Museu de Arte Negra
Primeiro Ato: "Abdias Nascimento, Tunga e o Museu de Arte Negra", na Galeria Mata. →

Terceiro Ato: Sortilégio
Inhotim inaugura exposição que aborda a trajetória de Abdias Nascimento como artista visual no exterior →

Obra de Rubem Valentim é tema de vídeo da série "AniMAM"

Faroeste feminino na Cinemateca do MAM

Exposição coletiva reúne 34 artistas contemporâneos
Com cerca de 100 obras, a exposição é construída a partir de saberes diversos, como tradições indígenas, afro-brasileiras e populares.

presença NEGRA no margs

Mulher e Artista
O Educativo discute sobre mulheres na arte contemporânea →

TOUR VIRTUAL | Visite online a exposição "Presença Negra no MARGS", que traz a público o debate e a reflexão sobre a presença e a representatividade negra no campo das artes visuais

Individual "AQUI ESTAMOS", de UYRA
Parte do programa de exposições Supernova, a mostra apresenta a produção da artista com foco nas histórias das diásporas indígenas.

Em cartaz a exposição "Ato de revolta"
"Ato de revolta: outros imaginários sobre independência" reúne um time de 16 artistas contemporâneos e acervos de instituições brasileiras.

Beija-Flor de Nilópolis no MAM Rio
A bandeira "Por um novo nascimento", criada para o desfile da Beija-Flor de Nilópolis neste carnaval, passa a integrar a exposição "Ato de revolta".

Quilombo: vida, problemas e aspirações do negro

Denilson Baniwa — INÍPO: Caminho de transformação

Fonte: Elaborado pela autora a partir de capturas de tela de janeiro de 2022 e março de 2023.

É importante frisar que o processo de colonização que se deu na América a partir do final do século XV é mais do que um período histórico marcado pela dominação política das metrópoles sobre esse território, mas a origem de uma matriz de poder que sobrevive a ele e perdura até os dias de hoje: a colonialidade. Um dos alicerces dessa matriz foi a codificação da diferença entre “conquistadores” e “conquistados” na ideia de raça. Assim, a criação das identidades coloniais “negro” e “índio” (conjugando uma multiplicidade de povos em uma unidade convenientemente inferior), colocaram os brancos (europeus) em uma posição hegemônica, baseada em quatro eixos de controle: economia; autoridade; gênero e sexualidade; e conhecimento e subjetividade (QUIJANO, 2005; MIGNOLO 2011). Tais eixos moldaram as relações sociais e de poder dessas nações, mesmo após seus processos de independência territorial. Isto é,

A colonialidade, em seu caráter de padrão de poder, acarretou profundas consequências para a constituição das sociedades latino-americanas, pois assentou a conformação das novas repúblicas, modelando suas instituições e reproduzindo nesse ato a dependência histórico-estrutural (QUINTERO, FIGUEIRA E ELIZALDE, 2019, p.6).

Por conseguinte, a história da arte, o sistema da arte e as instituições de arte que se conhecem advêm de uma perspectiva europeia, na qual a produção artística detinha uma função distintiva que contribuía para “[...] reforçar a subalternidade dos povos dominados, ao oferecer seus modelos estéticos em detrimento da diversidade cultural e simbólica encontrada no mundo por onde se expandiram” (BULHÕES, 2022b, p.181). Sendo o museu ao mesmo tempo produto e dispositivo de uma narrativa colonial (COCOTLE, 2019), falar das “ausências” de atores racializados dentro desses espaços é, na verdade, evidenciar um processo institucionalizado de apagamento e invisibilização. Essa constatação pode ser facilmente confirmada pela escassa ou inexistente presença de artistas negros e indígenas (e também de mulheres, especialmente na interseccionalidade entre raça e gênero) em coleções públicas e privadas de todo o país – conforme indicam as falas reunidas no Quadro 4 –, bem como de profissionais nas áreas de gestão dessas instituições. Diante desse cenário, Brenda Cocotle reivindica:

Ou descolonizamos o museu, ou nada feito; temos de descolonizar o museu porque temos de justificar sua existência e permanência; temos de descolonizar o museu porque é uma instituição fossilizada, pesada, rígida, “envelhecida”; temos de descolonizar o museu porque nos incomoda. Temos de descolonizar o museu com a *história*; temos de descolonizar o museu com a *cultura*; temos de descolonizar o museu com os públicos; temos de descolonizar o museu com a *arte*; temos de descolonizar o museu porque, caramba, alguém deve descolonizá-lo, seja para limpar sua consciência institucional, seja para seguir uma tendência ou por convicção plena (COCOTLE, 2019, p. 3, grifos da autora).

Quadro 4 – Trechos do MASP, MAM-RJ e MARGS sobre seus acervos

<p>“Em 2021, o museu recebeu em doação 189 obras, sendo 45 delas de mulheres artistas, 22 de artistas negros e 111 de artistas indígenas. Por isso, o MASP agradece ao apoio de todos que nos ajudam a seguir construindo um museu com uma programação e um acervo mais inclusivo, diverso e plural, como determina nossa missão” – Heitor Martins e Juliana Sá (MASP, 2022, p. 9).</p>
<p>“Estamos cientes, porém, de que a história contada pelo museu não é suficiente; devido a acidentes e invisibilidades, seu vocabulário é limitado, por exemplo, em relação à produção negra e indígena, e nosso programa artístico pretende trabalhar tanto o que está disponível quanto as ausências” – Kenya Eleison e Pablo Lafuente (MAM-RJ, 2021, p. 26).</p>
<p>“Em um total de 1.020 artistas, temos a presença de ao menos 22 negros/as, representando menos de 2% do total do Acervo do Museu. Observar esses dados é importante pois os acervos e as coleções de um museu de arte designam o que é considerado arte e quais objetos devem ou não fazer parte, definindo quais subjetividades devem ser preservadas, difundidas e acessadas” – Izis Abreu (MARGS, 2022, n.p).</p>

Fonte: Relatórios e matérias disponibilizados nos sites dos museus.

Ao apontar o multiculturalismo e a introdução da categoria “Sul” como tentativas iniciais de desarticular a colonialidade institucional, a autora chama atenção para as fragilidades das abordagens. No caso da primeira, Cocotle explicita que o reconhecimento e a valorização de uma série de manifestações artísticas, até então excluídas do sistema, não implicou a ocupação de posições de decisão por seus atores, quer dizer, mesmo quando artistas racializados estavam nas exposições, era pelo olhar do outro, raras vezes falando por si mesmos (COCOTLE, 2019; BERGER, 2020). Por isso, muitas vezes o que se viu foi a “folclorização” dessas comunidades e a essencialização de suas produções, ignorando suas diferenças, conflitos e negociações. De modo semelhante, “[...] a mera inclusão ou visibilização de discursos artísticos identificados como parte desse *Sul* — na medida em que são considerados ‘locais’, ‘não eurocêtricos’ (?!), ‘periféricos’ — não implicou, de modo algum, o questionamento da estrutura e da racionalidade do museu [...]” (COCOTLE, 2019, p.9).

Nos dias de hoje, com certeza as ideias condensadas na expressão *lugar de fala* trouxeram repercussões importantes no fazer institucional, que foi pouco a pouco se direcionando à prática do “dar voz” em detrimento do até então usual “falar pelo outro”. Assim, diversas exposições com enfoque descolonial têm sido assinadas por curadores racializados convidados ou produzidas em parceria com entidades relacionadas às

comunidades em questão. No entanto, apesar de extremamente importantes, convites e parcerias são da ordem do passageiro, e os espaços de poder continuam sendo ocupados pelos mesmos homens brancos.

Nesse sentido, atentar para o cenário brasileiro atual é se deparar com uma “encruzilhada”, como apontou Hélio Menezes na conferência *Arte afro-brasileira: entre o visível e o oculto*, apresentada em 2021 como parte do lançamento do programa público Presença Negra no MARGS.¹⁶ De um lado a valorização de produções artísticas até então relegadas e a proliferação de debates, práticas e discursos que colocam em evidência a colonialidade no âmbito institucional (frutos de demanda social e da luta de movimentos sociais, mas permeados sempre por questões sistêmicas e de mercado); de outro a escassez e a privação de sujeitos racializados (sobretudo mulheres) em cargos decisórios desses espaços.

Isso posto, vale lembrar que o museu é e sempre foi um acontecimento político, por mais neutro e apolítico que pareça (BELTING, 2012), pois “[...] fazer, curar, expor, ver, pensar arte são atos políticos, sejam potências democráticas e transformadoras, sejam preconceituosas, alienantes e conservadoras. (OLIVEIRA, MALTA, COUTO, 2022, p. 15). Ao encontro dessa visão está a postura atual de um número crescente de instituições nacionais que buscam revisar seus acervos e implementar projetos de cunho descolonial, seja para limpar consciências, seguir tendências ou mesmo por convicção, parafraseando Cocotle (2019).

Reforça-se que a internet tem desenvolvido papel importante nesses processos, seja como ferramenta impulsionadora de pautas (por oportunizar maior alcance, descentralização e pluralidade de vozes) ou dando maior visibilidade aos debates e ações promovidos (retoma-se a ideia de repositório do meio, de modo mais amplo, e dos sites, especificamente). Como pontua Bulhões (2022b, p. 197): “[...] o uso da internet para fomentar, articular e difundir ações mais críticas, pluralistas e inclusivas pode ser uma via, em uma perspectiva micropolítica, para fazer emergir novas subjetividades e, delas, novas realidades”.

¹⁶ Programa público que propôs debate e reflexão sobre a presença e a representatividade de artistas negros/as no acervo do Museu e no sistema da arte, coordenado pelo Núcleo Educativo e de Programa Público do MARGS, em parceria com a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul e o Núcleo de Estudos Afro-brasileiros, Indígenas e Africanos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A programação virtual (em decorrência da pandemia) se desenvolveu entre 2021 e 2022, contando com conteúdos, encontros, conferências, cursos etc., e foi transmitida via redes sociais e canal do YouTube. Como ponto culminante das reflexões propostas, em 2022 aconteceu a exposição Presença Negra no MARGS, dessa vez de modo presencial, com curadoria dos pesquisadores Izis Abreu (MARGS) e Igor Simões (UERGS). Pode-se visitar a mostra virtualmente pelo link: <https://www.margs.rs.gov.br/midia/tour-virtual-visite-online-a-exposicao-presenca-negra-no-margs/>. Acesso em: 15 jul. 2023.

Estando a grande maioria dos conteúdos, ações e discursos produzidos pelos museus em suas páginas on-line, ou vinculados a elas, entende-se que seu acesso mais amplo oportuniza uma expansão das funções sociais dessas instituições. No entanto, dada a complexidade do sistema da arte, cabe ainda refletir sobre outros fatores que aparecem nos websites e que indubitavelmente o influenciam na contemporaneidade, como o marketing e a própria evolução tecnológica.

2.3 Algumas influências mercadológicas e tecnológicas

Frente a uma sociedade capitalista, globalizada e cada vez mais conectada, a tecnologia ultrapassou o seu caráter técnico, instrumental, para se tornar central nas formas de organização socioeconômico-culturais. Nesse contexto, ao qual se soma a visibilidade como condição *sine qua non* de existência, como dito anteriormente, parece natural que estratégias comunicativas e de marketing tenham se alastrado e ganhado força nas instituições artísticas. São estratégias que se vinculam especialmente a uma noção mercadológica de *mainstream* e espetáculo (associada mais comumente à produção contemporânea), mas não só.

As noções de comercialização e marketing museológico, assim como o desenvolvimento de instrumentos comerciais pelos museus (na definição de estratégias, na tomada de conhecimento dos públicos/consumidores, no desenvolvimento de recursos, etc.) transformaram consideravelmente o museu. Assim, alguns dos pontos mais conflituosos em matéria de organização da política museológica são diretamente condicionados pela oposição, no seio do museu, entre uma lógica de mercado e uma lógica mais tradicionalmente regida pelos poderes públicos. O resultado tem sido o desenvolvimento de novas formas de financiamento (diversidade de lojas nos museus, organização de atividades paralelas, parceiros institucionais, etc.) e particularmente as questões ligadas à instauração da cobrança obrigatória de entrada, até o desenvolvimento de exposições temporárias populares (*blockbusters*) ou a venda de partes do acervo. Cada vez com mais frequência, essas ações – inicialmente vistas como auxiliares – tiveram uma incidência real sobre o desenvolvimento de outras ações do museu, ao ponto de desprezarem, por vezes, as atividades ligadas à preservação, à pesquisa e até mesmo à comunicação (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p.48).

Corroborar com essas reflexões a síntese produzida na proposta cartográfica dos menus (Figura 4), que evidencia termos como *eventos*, *loja*, *café*, *ingressos*, *apoie*, *patrocinadores*, em especial nas nuvens associadas aos eixos *sobre*, *programação* e *visite*. E ao olhar para as páginas iniciais de cada instituição, percebe-se que esses componentes voltam a estar presentes em lugares mais ou menos predeterminados. A começar pelo logotipo do museu, geralmente no topo do site, revelando a importância da identidade visual para as organizações, diferenciando-as e endossando suas marcas.

Chama atenção que a Pinacoteca de São Paulo recentemente deixou de utilizar em seu site o logotipo adotado em 2017: “Pina_”, sendo, portanto, a única a não exibir um logo no site – ainda que nas redes sociais continue a fazê-lo. Mais do que assinar uma linha de produtos, ter uma marca forte contribui para que a instituição seja lembrada, por públicos e patrocinadores.

Na sequência, outra ferramenta de marketing comum é a *newsletter*, que visa estabelecer através do e-mail um canal de comunicação mais individual e personalizável. Ao preencher esse campo no site, o visitante passa a receber a programação do museu em sua caixa de entrada, ou seja, sem a necessidade de busca ativa. Como pode ser visto mais adiante (Quadro 5), essa já é uma prática bastante recorrente, assim como a conexão com as redes sociais – essenciais à comunicação estratégica –, instrumento importantíssimo para geração de tráfego entre mídias. Enquanto a maior parte das instituições apresenta os *links* para essas plataformas por meio de ícones no rodapé, Inhotim e Pinacoteca se diferenciam. O primeiro por incluí-las em seu menu expansível; o segundo por apresentá-las no meio da página inicial, juntamente com as últimas postagens em Instagram, Twitter e TikTok (Figura 9), conferindo destaque para tais redes e dinamicidade para essa parte do site, que se mantém constantemente atualizada.

Figura 9 – Seção de mídias sociais na página inicial da Pinacoteca de SP

Pina nas redes sociais



Instagram



Tik tok



Twitter



Fonte: Site da instituição. Captura de tela do dia 31 de mar. de 2023.

Quanto à política de cobrança de ingresso, contrariando o senso comum, ela independe do tipo de instituição, seja pública ou privada. Nota-se que os museus que cobram pela entrada (Inhotim, MAM-SP, MASP, Pina e MON) acabam deixando essa informação em evidência, normalmente na parte superior do site. Já no caso daquelas que possuem entrada livre (MAM-RJ, MAM-BA e MARGS), a informação sobre a gratuidade tende a estar mais discreta e no rodapé. No MAM-RJ a opção pela contribuição voluntária, mencionada somente na página *visite*, é recente, fruto de uma reorganização institucional promovida durante a pandemia e de uma nova gestão, que visa a ampliação do acesso ao museu.

Ressalta-se que, de modo geral, as instituições pagas contam com um dia de entrada gratuita na semana, sendo terças, quartas, sábados e domingos os dias adotados, como mostra o Quadro 5. Somente Inhotim dispõe de apenas dois dias mensais: a

primeira quarta-feira de cada mês como iniciativa institucional e, há pouco tempo, o último domingo, por meio de patrocínio. Ao que indica a página de ingressos do MASP, a terça-feira grátis também é patrocinada. Vale lembrar que existe uma discussão sobre a efetividade da isenção em dias úteis, uma vez que para quem trabalha os horários desses espaços muitas vezes não são compatíveis.

Conforme relatórios de atividades disponibilizados nos sites do MAM-SP, MAM-RJ e MASP, a maioria dos visitantes no ano de 2021 foi não pagante (entre 40% e 60%), por motivos de isenção, usufruto do dia gratuito ou participação em atividades públicas. São dados que reforçam a importância de políticas de gratuidade para garantir um acesso mais amplo aos espaços culturais, especialmente porque a determinação de valores de entrada por si já limita o número e o perfil de visitantes. Entende-se que a receita das bilheteiras contribui para o orçamento das instituições; porém, para se afirmarem enquanto lugares abertos e inclusivos, elas precisam encontrar alternativas. Certamente não é uma tarefa fácil, pois como dito anteriormente, a sustentabilidade financeira dos museus brasileiros é um enorme desafio. No entanto, estudar iniciativas como a ampliação de dias gratuitos (que incluam sábados ou domingos) ou a adoção da contribuição voluntária, como no caso do MAM-RJ, bem como continuar o desenvolvimento de projetos que visam médio e longo prazo pode trazer resultados significativos.

Quadro 5 – Informações sobre os ingressos dos museus

Museu	Valor do ingresso*	Dia gratuito	Plataforma para compra on-line
Inhotim	Ingresso R\$25-50 Passaportes R\$44-120	Primeira quarta e último domingo do mês	Sympla (sem taxas)
MAM-BA	Gratuito	Todos	-
MAM-SP	R\$12,50-25	Domingos	Sympla (10% de taxa)
MASP	R\$30-60	Terças	Inti (sem taxas)
Pina	Luz: R\$10-20 Estação: grátis Contemporânea: R\$5-10	Sábados	Inti (R\$2,00 de taxa)
MAM-RJ	Gratuito; Contribuições de R\$5-80	Todos	Inti (8% de taxa)
MON	R\$15-30	Quartas	Inti (sem taxas)
MARGS	Gratuito	Todos	-

* O menor valor dos ingressos informados corresponde ao benefício da meia-entrada, à exceção do MAM-RJ, no qual se trata de uma sugestão para contribuição voluntária.

Fonte: Elaborado pela autora.

Há ainda certo destaque nos sites para os equipamentos complementares à experiência da visitação, como cafés, restaurantes, livrarias e lojas, que como mencionado no item 3.1, fazem parte das receitas operacionais. Em se tratando da visita presencial, os locais gastronômicos – normalmente marcas reconhecidas que acabam reforçando questões de distinção e valor simbólico –, costumam funcionar como ponto de encontro, enquanto as lojas vinculam-se mais diretamente às áreas de marketing e turismo. Além de livros e peças de designers e artistas, elas também comercializam as publicações dos museus e toda uma linha de produtos exclusiva, seja com a estampa da marca institucional ou imagens de suas coleções.

Salienta-se que, ao contrário dos cafés, que são mais restritos à presença física, as lojas têm a possibilidade de expansão para o meio digital, como já demonstrava Inhotim antes da crise sanitária de 2020. Porém, durante o período pandêmico novas instituições lançaram suas lojas virtuais, como é o caso do MASP, por exemplo, como informa o seu relatório de atividades de 2021.

Lançada em novembro de 2020 com um número reduzido de itens, a loja on-line teve como principal meta em 2021 aumentar o mix dos produtos oferecidos. Isso visa aproximar a experiência da compra virtual à que ocorre na loja física: um espaço que dialoga com os projetos da instituição através de suas publicações próprias, da curadoria criteriosa de publicações de terceiros, de seus produtos próprios ligados à marca MASP, da agenda expositiva do museu e da seleção não hierarquizada de design e artesanato. [...] Com isso, a loja on-line chegou ao final de 2021 com mais de 550 itens diferentes e um mix diverso e representativo da proposta do MASP Loja (MASP, 2022, p. 119).

Enquanto a Pinacoteca de São Paulo dispunha somente de catálogos publicados pela instituição para venda na internet, Inhotim e MON seguem a mesma linha do MASP e apresentam uma diversidade de itens. Um fato curioso é que o MAM-SP foi o primeiro museu brasileiro a criar uma loja virtual na plataforma da Amazon, em abril de 2022. Entretanto, não há informações sobre isso na página web da instituição desde março de 2023, quando, de acordo com os materiais coletados na pesquisa, a seção *loja* saiu do menu principal.

São museus que possuem loja física, mas não on-line: MARGS, MAM-RJ e MAM-BA. Neste último, a loja é bem recente, de abril de 2022, resultado de uma parceria com a editora local Caramuru. Estranha-se que a única menção à loja no site seja em uma notícia de inauguração, não aparecendo nas informações sobre visitação, que comumente menciona esse tipo de serviço. Independentemente de o equipamento ser físico ou digital, observa-se ainda o local de destaque de seus botões dentro dos

websites institucionais, seja no menu principal (MARGS e Pina), acima do rodapé e com tamanho diferenciado (Inhotim) ou ainda no cabeçalho e no meio da página inicial, trazendo ainda imagens de produtos (MON).¹⁷

Importa comentar que, para fins de pesquisa, a loja física foi compreendida no âmbito das estratégias de marketing e a loja virtual, por exigir domínio de ferramentas digitais, foi agrupada com outros recursos tecnológicos – de busca, audiovisual, apresentação de acervo, acessibilidade –, que serão abordados adiante. Lembrando que essa classificação, sintetizada no Quadro 6, logo abaixo, foi elaborada com base na identificação de elementos comuns às páginas analisadas.

Quadro 6 – Síntese de componentes dos sites

		Instituições privadas				Instituições públicas			
		Inhotim	MAM RJ	MAM SP	MASP	Pina	MAM BA	MON	MARGS
Marketing	Logo	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
	Newsletter	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
	Redes sociais	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Ingressos	✓	grátis	✓	✓	✓	grátis	✓	grátis
	Apoio e patrocínio	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
	Café/restaurante	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Loja	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Tecnologia	Loja online	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗
	Busca	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	Vídeos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Áudios	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
	Jogos	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗
	Acervo online	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Tour virtual	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Idiomas	✓ (PT/EN)	✗	✓ (PT/EN)	✓ (PT/EN)	✓ (PT/EN+11)	✗	✓ (PT/EN/ES)	✗
	Libras	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗

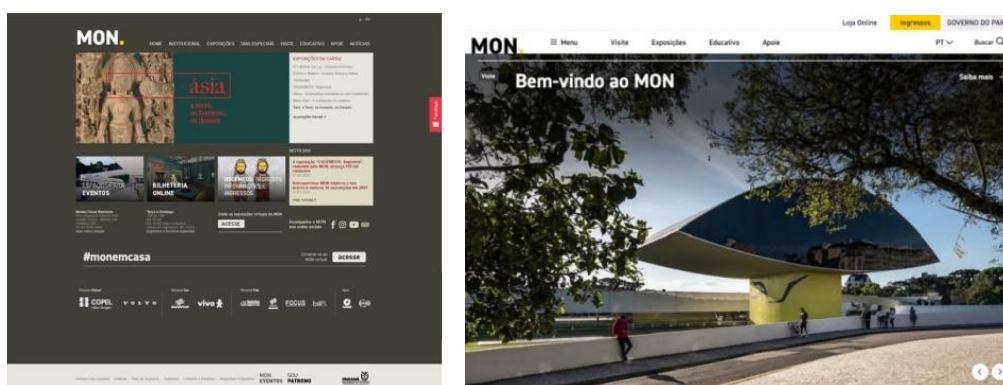
Fonte: Elaborado pela autora.

Os websites dos museus acompanharam as tecnologias disponíveis, deixando de ter função meramente informativa para se tornarem ferramentas cada vez mais

¹⁷ Para visualizar os exemplos mencionados, ver as páginas iniciais completas das instituições nos anexos.

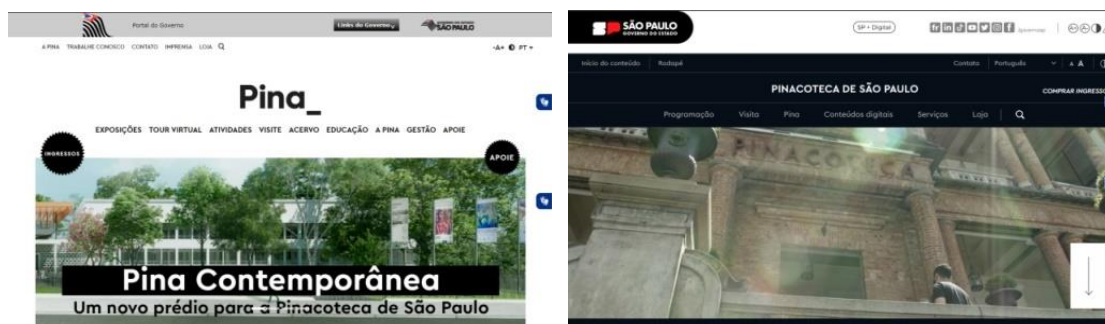
dinâmicas. Bulhões (2022b) comenta um pouco sobre essas atualizações em tempos de covid-19, uma vez que suas pesquisas acabaram retratando as páginas das instituições de arte brasileiras momentos antes, em fevereiro de 2020.¹⁸ Segundo a pesquisadora, o cenário até então revelava forte presença de sites institucionais, ainda que em termos de participação e atualizações as redes sociais demonstrassem maior desempenho. No entanto, durante e mesmo ao final da pandemia verificou-se um grande esforço de renovação e atualização desses canais, como pôde ser comprovado ao longo desta investigação, que no intervalo de 2022 a 2023 registrou mudanças significativas no layout de pelo menos três sites pesquisados: MON (Figura 10), Pina (Figura 11) e MAM-SP (Figura 12).¹⁹

Figura 10 – Páginas iniciais do site do MON em 2022 e 2023, respectivamente



Fonte: Site da instituição. Capturas de tela de 22/01/2022 e 31/03/2023.

Figura 11 – Páginas iniciais do site da Pinacoteca de SP em 2022 e 2023, respectivamente



Fonte: Site da instituição. Capturas de tela de 19/01/2022 e 31/03/2023.

¹⁸ O material pode ser encontrado no site do projeto ConectArt.Br, disponível em: <https://www.ufrgs.br/conectartbr>. Acesso em 19 mai. 2023.

¹⁹ No caso do MON e da Pina as alterações ocorreram em um momento que permitiu que a pesquisa se realizasse sobre as páginas novas. Porém, a atualização do MAM-SP se deu quando a investigação já tinha avançado, sendo exposta aqui apenas para fins de registro. Portanto, toda análise apresentada ao longo dessa dissertação foi desenvolvida com base na versão anterior, disponível até pelo menos metade do mês de abril.

Figura 12 – Páginas iniciais do site do MAM-SP em abril de 2023



Fonte: Site da instituição. Capturas de tela de 03/04/2023 e 28/04/2023.

Melhorias na velocidade de conexão e transmissão de dados, na qualidade das imagens e na memória dos servidores de rede proporcionaram mudanças estéticas e de consumo de informações no meio on-line, que passaram a refletir uma valorização dos materiais audiovisuais e interativos. Nessa linha, museus começaram pouco a pouco a modernizar suas galerias virtuais, bem como a inserir novos recursos em seus sites. Desde uma breve animação na página inicial, um pequeno filme institucional, ou ainda conteúdos complementares e assistivos de exposições e atividades educativas, todos os sites analisados apresentaram algum conteúdo em vídeo em pelo menos uma de suas seções – geralmente incorporados a seus canais no YouTube. Quanto a dispositivos em áudio, ainda que menos usuais, apareceram nas páginas da maioria das instituições sob a forma de *podcasts* (Inhotim), *playlists* (Pinacoteca), audiodescrições (MAM-RJ, MAM-SP, MAM-BA). O Museu de Arte de São Paulo criou um aplicativo chamado MASP áudios, cujas informações e *links* para download são acessíveis por meio de uma aba específica do menu.

Referente aos acervos on-line, novamente a totalidade dos museus analisados oferecem alguma forma de visualização de parte de suas coleções (esse tema e exemplos serão aprofundados no capítulo 3). No caso do MAM-BA, há uma particularidade, pois ao navegar pelo botão *Acervo* do menu encontra-se apenas versões digitalizadas de catálogos impressos: *O Museu de Arte Moderna da Bahia*, publicado em 2018, e *O Museu de Dona Lina*, de 2022, enquanto em *Exposições* há um submenu chamado *Galeria de Obras e Artistas*, que permite a visualização de um conjunto de trabalhos.

Outra forma de exibir o acervo é através de tours virtuais, identificados nos sites de sete das oito instituições analisadas, conforme exhibe o item 3.2 do texto. A exceção assinalada no quadro síntese foi Inhotim, mesmo que na sua página do Google Arts &

Culture essa modalidade exista, pois no site do museu não se encontrou nada a respeito. Foi acessando o conteúdo de exposições on-line nas seções *Inhotim Digital* e *Explore* que se chegou à plataforma, em outra modalidade de apresentação das mostras, e, então, se visualizou a opção de visitação pelo espaço. Cabe ainda mencionar que o acesso a tal atividade no website do MON só foi possível ao buscar-se o termo *tour virtual* e abrir-se a notícia sobre disponibilização via Google Street View, que apareceu como resultado. Em suma, nos dois exemplos mencionados foi difícil encontrar o recurso ou as informações sobre ele nas páginas institucionais.

Os jogos configuram outra ferramenta vinculada à imersão e interatividade que tem sido cada vez mais incorporada a atividades educacionais e culturais. No caso dos museus, seu uso ainda é limitado, pelo menos no meio digital, tendo aparecido nos contextos da Pinacoteca de São Paulo, que oferece desde atividades como memória e quebra-cabeças a outras mais personalizáveis, e do MAM-SP, pioneiro no Brasil no uso do game mundialmente famoso *Minecraft* (ambos mais explorados no ponto 4.3). O uso desses instrumentos tende a continuar crescendo, já que dialoga com a vontade de alcançar mais e novos públicos e, ao mesmo tempo, se aproximar de outros.

Por sua vez, a possibilidade de acessar os sites em outros idiomas diz respeito a questões de globalização, desterritorialidade, internacionalização e turismo. Chama atenção que a Pinacoteca possui 13 alternativas de línguas, pois o mais comum é possuírem inglês, português e, raras vezes, espanhol. Uma condição curiosa foi que na versão *mobile* do site de Inhotim, aparecia a opção “PT/EN”, mas no computador, não. Na verdade, descobriu-se que nesse formato o menu ficava parcialmente cortado, sendo necessário reduzir o zoom da página para conseguir visualizá-lo integralmente. Esse fator de adaptação da tela para os diferentes dispositivos (responsividade) é bem importante, pois facilita a visualização adequada dos conteúdos tanto no *desktop* como no celular.

Ainda sobre linguagem, três museus dispõem de opção para língua brasileira de sinais (LIBRAS) em seus sites: Inhotim, MAM-SP e Pinacoteca, mostrando-se mais acessíveis. Adentrando a temática, essas mesmas instituições dedicam uma seção da sua página *Visite* para informar sobre a acessibilidade nos espaços físicos, sendo que o MAM-SP aproveita para trazer também *links* de mídias assistidas (também encontradas na aba *Educativo*), dando enfoque aos conteúdos. Com maior ou menor abrangência do tema, outros museus se posicionam: o MON possui um menu exclusivo e bastante completo, incluindo informações para pessoas com mobilidade reduzida, gestantes,

autistas, cegas, surdas; o MAM-RJ indica medidas adotadas nas visitas e nas exposições dentro da seção *Educação*; o MARGS menciona a disponibilidade de cadeiras de rodas no local e uma entrada diferencial, respondendo às perguntas frequentes; o MAM-BA conta com matérias no blog sobre atividades institucionais desenvolvidas que de algum modo se relacionam ao termo *acessibilidade*, quando este é pesquisado.

Por fim, importa salientar que durante a navegação pelos sites a ferramenta de busca foi bastante utilizada. Surpreendentemente, o atual site do Museu de Arte do Rio Grande do Sul não possui esse recurso, apesar de ter sido constatado via *Wayback Machine* que em versões anteriores havia o mecanismo, hoje considerado básico em qualquer página on-line. Além de facilitar a utilização das plataformas, o campo se relaciona com o princípio da interatividade, uma vez que o visitante pesquisa ativamente aquilo que deseja encontrar na página.

Interatividade, transparência, protagonismo são demandas de uma sociedade que conta cada vez mais com o mundo nas palmas das mãos. Como aponta Giselle Beiguelman:

Não há dúvida. A era do virtual ficou na primeira década do século. O real engole tudo e nos põe no centro de redes interconectadas acessíveis, literalmente, na palma da mão. Vivemos no mundo do pós-virtual e isso não significa apostar numa volta ao mundo analógico. Ao contrário. Significa assumir que as redes se tornaram tão presentes no cotidiano e que o processo de digitalização da cultura é tão abrangente, que se tornou anacrônico pensar na dicotomia real/ virtual (BEIGUELMAN, 2013, pp. 147-148).

Nesse contexto, enquanto os museus são repositórios de temporalidade da humanidade (CASTELLS, 2015), os sites são os repositórios digitais dos museus. Por isso, o tema da digitalização será abordado no capítulo seguinte, cujo enfoque está na disponibilização de acervos e demais conteúdos nesses importantes canais on-line.

3 DIGITALIZAÇÃO E ACERVOS: UM PONTO CENTRAL

Os museus de arte brasileiros ainda possuem uma matriz moderna e, portanto, material, o que fica evidente quando se olha para seus acervos. Se não em sua totalidade, a maioria das coleções reúne obras de técnicas tradicionais, como pintura, escultura, desenho. Por mais que a arte contemporânea tenha aberto caminho para uma desmaterialização, ainda são pouquíssimas aquisições de net arte – um dos motivos da separação de circuitos artísticos por alguns autores, conforme comentado no capítulo 1. Para ilustrar o distanciamento entre essa produção e as instituições museológicas locais, o Museu Nacional da República inaugurou a primeira coleção de arte digital em um museu público no final de 2021: ARTEMÍDIAMUSEU, desenvolvida pelo grupo de pesquisa Academia de Curadoria.²⁰

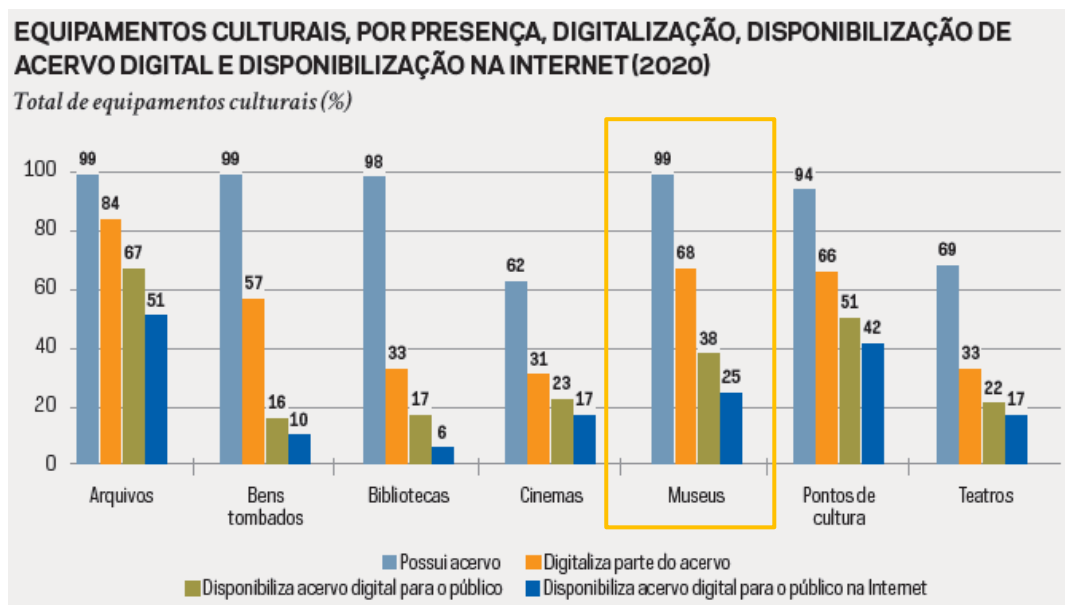
É evidente que a cultura digital tem afetado bastante o mundo da arte, seja por meio de uma produção específica ou na maneira como os diferentes atores do sistema, entre eles os museus, se relacionam com ela. “Nesse contexto, é importante pensar nos acervos dos museus como informação, passível de impactar a sociedade de forma positiva, em prol de um desenvolvimento sustentável” (IBRAM, 2020, p.21). No caso das coleções físicas, a digitalização se torna imprescindível nesse processo, pois possibilita que mais pessoas tenham acesso não só aos trabalhos, mas aos diversos materiais produzidos sobre eles. Além disso, costuma haver uma parte das coleções que dificilmente sai das reservas técnicas, ficando inacessível mesmo aos visitantes presenciais. “Dessa forma [digitalizada], a informação armazenada nos museus pode ser trabalhada dentro de uma perspectiva de acesso aberto [...]” (ibidem), reforçando seu caráter democrático. No entanto,

A área de acervos digitais culturais é, relativamente, nova no Brasil. Muitas das discussões sobre o tema giram em torno da necessidade de prover o país de uma infraestrutura que permita não somente a digitalização dos acervos culturais institucionais, mas, também, o acesso unificado aos acervos de mais de uma instituição, de forma pública, livre e gratuita. Os estudos realizados apontam que as dificuldades para a implantação de uma política de acervos digitais no Brasil estão relacionadas à escassez de recursos, à ausência de equipes qualificadas, à curva de aprendizagem na adoção de novas tecnologias e à dificuldade de garantir o uso de padrões (BALBI *et al.*, 2014; CGI, 2019; SPÍNDOLA; MARTINS, 2020) (IBRAM, 2020, p.24).

²⁰ Para mais informações sobre o projeto, acessar a página <https://academiadecuradoria.com.br/artemidiamuseu/>. Acesso em: 24 abr. 2023.

Apesar dos grandes desafios, “Em decorrência da preservação, da promoção do acesso, da facilitação da gestão e do aumento da relevância institucional, a digitalização dos acervos dos museus é, atualmente, uma realidade presente no cotidiano de muitas instituições brasileiras” (IBRAM, 2020, p.16). Segundo os dados divulgados pela pesquisa TIC Cultura 2020, mais da metade dos museus digitaliza parte de seu acervo, ainda que somente um quarto disponibilize essas obras on-line (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Dados sobre acervos museológicos nacionais²¹



Fonte: Pesquisa TIC Cultura 2020, p. 31. Destaque da autora.

Antes de adentrar o universo das instituições analisadas, vale aprofundar um pouco mais as vantagens que a digitalização das coleções acarreta, tanto para os museus como para a sociedade. Quanto ao lado institucional, a *DEN Foundation*, organização holandesa que apoia equipamentos culturais na otimização de suas estratégias digitais, elenca algumas interessantes e bastante diversas. Pensando na gestão do patrimônio, talvez a mais recorrente seja a *rapidez de acesso e recuperação de dados*; porém, ao olhar para a gestão organizacional, destaca-se o *potencial de internacionalização e de aumento da relevância social*. No âmbito da produção de conteúdos estariam ainda a *possibilidade de enriquecimento através da conexão e colaboração com outras áreas do museu e da sociedade* e o *aproveitamento dos acervos digitais em diferentes contextos e mídias*, inclusive para beneficiar áreas de educação e marketing (IBRAM,

²¹ Ressalta-se que o estudo não é exclusivo do campo das artes e, portanto, outras tipologias museais estão incluídas nessas e nas seguintes estatísticas da fonte.

2020). Apenas uma das vantagens mencionada pelo grupo se mostra ambivalente, a saber, a *maior durabilidade de materiais digitais diante de um mundo cada dia mais digitalizado*. Isso porque uma das maiores discussões no campo gira em torno das condições de memória e armazenamento das tecnologias para assegurar as produções, sejam elas nativas digitais ou digitalizadas, já que o ambiente on-line exige constante atualização por conta da rápida evolução tecnológica.

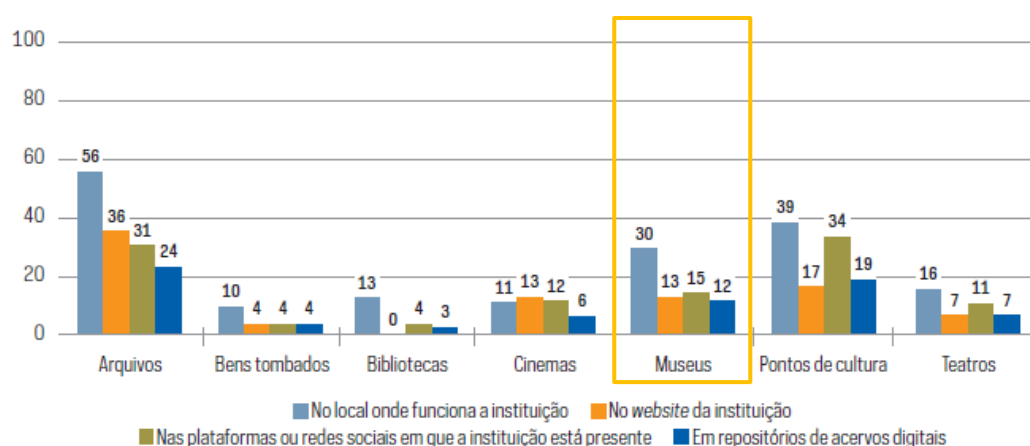
Outro modo de abordar os benefícios da digitalização foi apresentado pelo próprio Instituto Brasileiro de Museus, por meio de quatro potenciais que visam ambos os lados: institucional e social. São eles: 1) Preservacionista e de gestão de riscos, pois “diferente do que se imagina no senso comum, a divulgação dos acervos na internet pela instituição cultural contribui para a segurança das coleções físicas”, uma vez que além da gestão interna facilitada – que reverbera nas decisões de preservação –, a publicização das obras pode ajudar a evitar um circuito ilícito; 2) Científico e educacional, com a participação nas diferentes etapas de formação de estudantes e profissionais, o que contribui para a produção de conhecimento em diversas áreas e para o desenvolvimento e a difusão culturais; 3) Econômico, com alguns estudos demonstrando os impactos positivos dos processos de digitalização, divulgação e integração dos acervos na economia e no desenvolvimento social local, como no setor turístico; 4) Cultural, uma vez que tornar os acervos públicos favorece sua descentralização (especialmente quando os equipamentos culturais se concentram nos grandes centros urbanos e nas regiões mais ricas, como no Brasil). Em suma “saber da existência dos acervos museais é o primeiro passo para querer visitar fisicamente essas instituições” (IBRAM, 2020, p.22).

Atualmente existem diversas formas de exibir os acervos, desde opções de repositórios digitais (pagos ou gratuitos) até redes sociais e websites (próprios ou de terceiros, incluindo demais entidades e projetos como o Google Arts & Culture). No entanto, importa comentar que cada plataforma dispõe de ferramentas e objetivos particulares, sendo as redes normalmente mais voltadas à divulgação e expansão de conteúdos, enquanto os outros dois, além de acessados para fins pessoais, são bastante utilizados como fonte de pesquisa, servindo a muitos profissionais e estudantes. Nesse caso, os repositórios ganham maior destaque, pois são ferramentas utilizadas para

armazenar, organizar, gerenciar e preservar conteúdos no formato eletrônico.²² Ademais, se no início seu uso era direcionado unicamente à gestão e ao controle de bens, hoje está ligado à divulgação dos acervos na internet, principalmente por meio dos sites institucionais. Porém, nota-se que a parcela de museus que disponibiliza parte de seu acervo no meio on-line ainda é muito pequena no país (Gráfico 2), o que pode ser explicado por fatores menos explícitos, como certa estranheza e resistência às tecnologias pelo próprio sistema, mas também práticos e pontuais, como “A falta de financiamento, de equipe qualificada e de capacidade de armazenamento ou hospedagem dos materiais digitalizados [...]” (TIC Cultura, 2020, p. 30), ou, ainda, em razão de direitos autorais.

Gráfico 2 – Dados sobre disponibilização de acervos digitais em museus nacionais

EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FORMAS DE DISPONIBILIZAÇÃO DE ACERVO DIGITAL (2020)
Total de equipamentos culturais (%)



Fonte: Pesquisa TIC Cultural 2020, p. 76. Destaque da autora.

Disponibilizar conteúdos na internet é assumir que há, na verdade, muito pouco controle sobre as apropriações que podem ser feitas, dada a condição de acesso e as múltiplas possibilidades que a tecnologia oferece. Uma simples busca on-line por determinada obra evidencia essa realidade, já que os resultados englobam desde imagens do original (com variações de tamanho, qualidade e mesmo cores) a inúmeros remixes e reinterpretações. Sendo assim, compreendendo que uma das vantagens mais interessantes da internet é justamente o reuso (descontextualização e recontextualização), o manual para realização de projetos de digitalização de acervos,

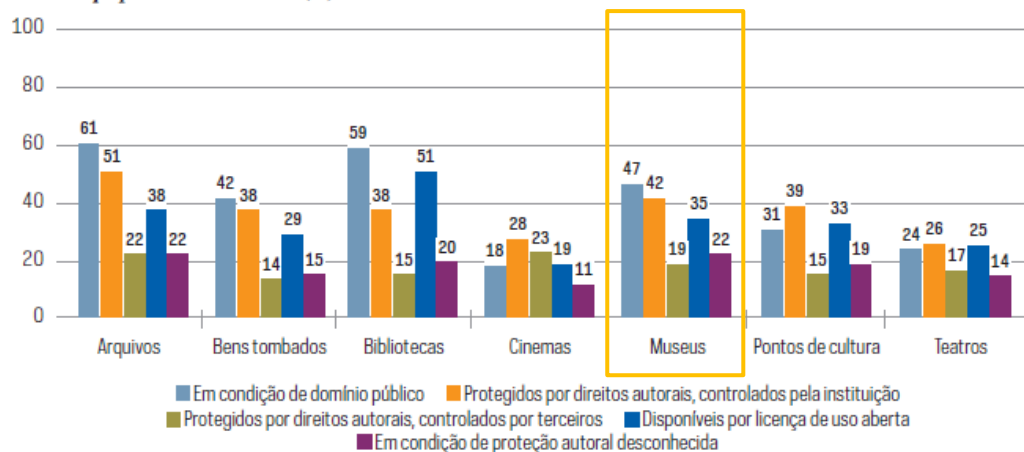
²² Um bom exemplo é a ferramenta Tainacan, pilar da política de acervos digitais do Instituto Brasileiro de Museus, desenvolvida em parceria com a Universidade Federal de Goiás (UFG) e a Universidade de Brasília (UnB). Já são mais de 17 museus com seus acervos digitais publicados na aplicação de software livre voltada para a realidade das instituições culturais e científicas nacionais (IBRAM, 2020).

publicado pelo Instituto Brasileiro de Museus em 2020, chama atenção para a necessidade de “Entender quais são os limites e as possibilidades de uso dos direitos autorais de acordo com a legislação nacional, assim como as alternativas de licenciamento existentes no universo da internet [...]” (IBRAM, 2020, p. 97). Sobre esse aspecto, a TIC Cultura de 2020 também traz alguns dados importantes sobre o tema, como o de que 47% dos museus participantes possuem itens da coleção em domínio público, isto é, sem qualquer impedimento, nesse sentido, para sua publicização (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Dados de direito autoral sobre as coleções nacionais

EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR CONDIÇÃO DE PROTEÇÃO AUTURAL DOS ITENS DO ACERVO (2020)

Total de equipamentos culturais (%)



Fonte: Pesquisa TIC Cultural 2020, p. 79. Destaque da autora.

Ao cruzar as informações sobre condição de proteção autoral e disponibilização de acervo, a pesquisa aponta que os itens com proteção desconhecida – obras órfãs – ou controlada por terceiros estão menos presentes que os demais. Além disso, aponta que a menor oferta de trabalhos com base em licenças abertas – sendo a mais conhecida a *Creative Commons* (CC) –, em relação àquelas em domínio público, pode indicar a falta de conhecimento sobre essas licenças na internet como uma barreira extra no processo de disponibilização.

Dialogando com o tema, a pesquisadora Helena Barranha (2018) defende que um acesso mais amplo às coleções on-line dos museus é uma forma de promover o envolvimento do público com o patrimônio cultural, a alfabetização digital, o conhecimento e a criatividade. Ela coloca:

[...] a rápida evolução das tecnologias de informação e comunicação tem alimentado o debate sobre a digitalização dos acervos museológicos e o papel da internet como motor da democratização do acesso à cultura. Enquanto algumas instituições manifestaram preocupação em fornecer acesso aberto a reproduções digitais de obras de arte, considerando que isso poderia infringir as regras de proteção de direitos autorais e abrir caminho para a apropriação abusiva, outras argumentaram que a livre circulação on-line de imagens e dados é um direito intrínseco e manifestação incontornável da cultura contemporânea (BARRANHA, 2018, p. 24, tradução nossa).²³

Vale ressaltar que, no caso específico dos museus na internet, trata-se antes de encarar a experiência “virtual” como outra, complexa, do que compará-la à “real”, ou ainda presumir uma relação de substituição. Para Pierre Lévy (1999), a presença on-line dos museus funcionaria como mais uma interface de aproximação com o público, como foram as reproduções impressas das obras e os filmes sobre arte, que segundo o autor acabaram incentivando visitas. O que ele propõe é que existe uma relação diretamente proporcional entre ascensão do virtual e ascensão do atual (verdadeiro antônimo de virtual), explicitando a velocidade maior da primeira, mas reconhecendo os avanços da segunda e as possibilidades que se abrem com ela (novos modos de criação e recepção). A fim de compreender melhor como se dá a inserção digital das instituições museológicas no país, mais especificamente a partir da digitalização e disponibilização de seus acervos, retoma-se o conjunto de oito sites selecionados para o presente estudo.

3.1 Acervos on-line pelo país

Primeiramente, pontua-se que falar da disponibilização de obras de arte digitalizadas na internet é, de modo geral, referir-se à representação destas por meio de pelo menos uma imagem, normalmente acompanhada de dados que permitem sua identificação (autoria, ano, técnica, dimensões). Nesse sentido, trabalhos bidimensionais acabam sendo beneficiados, enquanto objetos, vídeos, instalações, performances e outras artes tridimensionais ou menos estáticas ficam um tanto restritas aos registros, em parte por conta das especificidades dos processos artísticos, mas também por questões de infraestrutura e financiamento necessárias para uma digitalização 3D, por exemplo.

²³ “[...] the rapid evolution of information and communications technology has fuelled the debate about the digitisation of museum collections and the role of the Internet as a driver for the democratisation of access to culture. While some institutions have expressed concern about providing open access to digital reproductions of artworks, considering that this might contravene the rules of copyright protection and pave the way for abusive *appropriation*, others have argued that the free on-line circulation of images and data is an intrinsic and inescapable manifestation of contemporary culture”.

Em segundo lugar, revela-se a enorme dificuldade de precisar o número de obras disponíveis nos sites dos museus investigados, independentemente do formato em que se apresentam. Apenas o MAM-SP exibia o total de itens publicados, permitindo ainda a utilização do filtro “com imagens” – já que uma parcela deles contava somente com a ficha catalográfica até o momento da investigação (março de 2023). Com comunicado de última atualização em agosto de 2019, a página continha 4.218 resultados com imagens e 5.434 no total, sendo que o próprio museu indica que seu acervo contém mais de 5 mil obras, o que sugere que a grande maioria, se não a totalidade, compõe o repositório digital. Essa excelente proporção, especialmente frente a um cenário nacional desafiador, também foi observada na Pinacoteca de São Paulo (mais de 11 mil registros) e no Museu de Arte do Rio Grande do Sul (mais de 5 mil registros), cujos números precisaram ser estimados por meio da contagem de itens por tipologias e artistas, respectivamente. Nas demais instituições, a quantidade de trabalhos disponibilizados é bem menor, tanto em valores absolutos como proporcionalmente ao acervo físico, não alcançando nem os 30%. O caso mais emblemático talvez seja do MAM-RJ, que com aproximadamente 16.445 itens, disponibiliza não mais que 15 na seção destinada a eles (*Artes Visuais > Coleções*), a qual, ao final, contém a mensagem “Para a solicitação de imagens de obras das coleções, escreva para reproducao.arte@mam.rio”.

Como dito antes, a intenção nunca foi equiparar as experiências virtual e real, nem substituir a segunda pela primeira, mas sim ampliar o alcance da arte, da cultura e da educação. Mesmo porque a maioria esmagadora da população mundial se aproxima, conhece e estuda arte por meio de reproduções (sejam elas digitais ou impressas – cartões postais, livros, catálogos, revistas, fotografias, etc.) e não presencialmente. Sendo assim, torna-se impossível falar de acervos on-line sem reforçar seu caráter democratizante, especialmente tendo-se em vista que

O ciberespaço evidencia-se como um privilegiado lugar de difusão, chegando ao público em seu próprio ambiente, sem exigência de afastamentos de casa ou do local de trabalho, com redução dos deslocamento e, conseqüentemente, dos transtornos e custos que estes ocasionam. Atingindo até mesmo locais de difícil acesso, responde, também, às necessidades daqueles que habitam regiões mais distantes, para os quais as opção culturais são, em geral, bastante limitadas (BULHÖES, 2022a, p. 23).

Diante disso, são diversos os modos de apresentação e visualização de obras digitalizadas, desde os mais simples, como a publicação de catálogos impressos, até os mais interativos, com opções de busca, filtros, zoom, salvamentos e compartilhamentos.

Cada um deles, com suas particularidades e conjunto de ações possíveis, influencia bastante a maneira de se relacionar com as obras.

Para começar, o MAM-RJ, já mencionado, apresenta em página específica suas três coleções – Coleção Museu de Arte Moderna, Coleção Gilberto Chateaubriand e Coleção Joaquim Paiva – por meio de um breve parágrafo e de um conjunto de quatro a seis trabalhos com suas respectivas legendas técnicas (Figura 13). Porém, a única forma de interação permitida é a ampliação das imagens ao clicar sobre qualquer uma delas. A ausência de um sistema de busca se justifica pelo simbólico número de obras disponíveis. Outro exemplo bem próximo é o do MAM-BA (Figura 14), ainda que a disponibilização se dê pelas exposições – *uTOPIAS e disTOPIAS* (2023) , *ENCRUZILHADA* (2022) e *O Museu de Dona Lina* (2021) – e que haja uma maior quantidade de itens exibidos (280 segundo a soma das três galerias). Entretanto, aqui todas as imagens estão sobre um fundo comum (*template* que funciona como uma moldura), que além de indicar o nome da obra, data e artista, também inclui a exposição na qual o trabalho foi exibido, com data de realização, e o logo do museu. Novamente, é possível clicar sobre a obra para ampliá-la, ação que abre a galeria e faz surgirem informações sobre os artistas abaixo das imagens. Vale reforçar que, conforme mencionado no capítulo 2, na aba *Acervo* do menu principal estão disponíveis apenas as digitalizações de dois catálogos impressos.

Figura 13 – Detalhe do começo da página de coleções do MAM-RJ

MAM Museu de Arte Moderna
Rio de Janeiro

Visite Programação Artes Visuais Cinemateca Educação Pesquisa Residências Publicações Apoie Sobre

Artes Visuais
Coleções
Artistas
Exposições
Publicações

Coleção Museu de Arte Moderna
Reúne o maior acervo de obras internacionais, além de importantes obras de artistas brasileiros. É formada a partir de doações pessoais, como a da coleção de Esther Emílio Carlos; e também de empresas, a exemplo da Petrobras, que permitiu a aquisição de importantes instalações de artistas brasileiros, e da White Martins, constituída majoritariamente por fotografias. A coleção conta atualmente com cerca de 7.137 obras.

<p>Alberto Giacometti, Stampa, 1901 - Chur; Suíça, 1966. Quatre femmes sur socle, 1950, bronze (5/6), 74,5 x 41,5 x 16 cm. Coleção MAM Rio</p>	<p>Cildo Meireles. Rio de Janeiro RJ, Brasil, 1948. Marulho, 1991/2001. madeira, livros e áudio (ed. 1/3), 347 x 1350 x 2300 cm. Coleção MAM Rio. Patrocínio Petrobras.</p>	<p>Constantin Brancusi, Pestisani Gorji, Romênia/França, 1876 - Paris, França, 1957. Mlle. Pogary II, 1920, bronze polido (2a. versão), 67 x 24 x 26,5 cm. Coleção MAM Rio. Doação Stella e Roberto Marinho.</p>	<p>Hélio Oiticica, Rio de Janeiro RJ, Brasil, 1937 - 1980. Metaesquema, c.1957, guache sobre cartão, 52 x 63,9 cm. Coleção MAM Rio. Patrocínio Petrobras.</p>

Fonte: Captura de tela do site do museu em 03 abr. 2023.

Figura 14 – Detalhe do começo da página Galeria de Exposições do MAM-BA

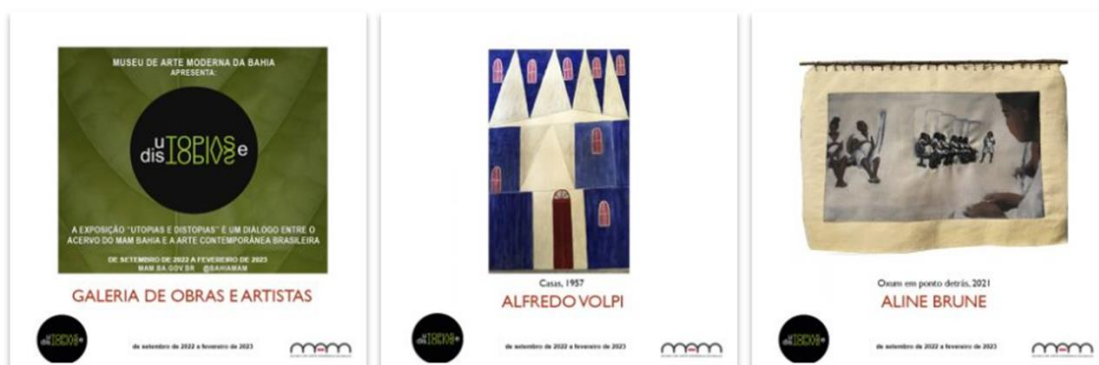
Galeria de Obras e Artistas

Aqui você encontra a Galeria com todos os artistas expostos das últimas exposições.

Índice:

- [UTOPIAS e DISTOPIAS](#)
- [ENCRUZILHADA](#)
- [O Museu de Dona Lina](#)

UTOPIAS e DISTOPIAS



Fonte: Captura de tela do site do museu em 03 abr. 2023.

O MARGS, por sua vez, dispõe seu acervo por artistas, de acordo com a letra inicial de seus nomes. Todavia, antes de enxergar o quadro com o alfabeto para seleção, alguns avisos e links estão dispostos na tela: mais informações sobre o acervo, acesso ao catálogo em PDF (coleção até 2012), termos de direitos autorais e solicitação de imagens. Uma vez selecionada uma letra, aparece uma listagem de artistas e a quantidade de obras de sua autoria pertencente à coleção (Figura 15). De modo semelhante, ao escolher determinado nome, miniaturas dos trabalhos são exibidas ao lado de informações técnicas. Novamente, o recurso interativo se limita à ampliação das imagens, o que, conforme visível na Figura 16, ainda não é suficiente para observação detalhada.

Figura 15 – Detalhe do início da página do acervo artístico do MARGS

Catálogo de Obras

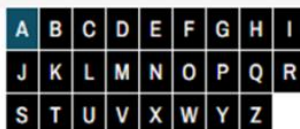
O Acervo Artístico do MARGS conta com mais de 5.500 obras. Conheça a coleção selecionando no menu abaixo a letra inicial do nome do/a artista para listar as obras.

Para saber mais sobre o acervo [clique aqui](#).

Para acessar a versão em pdf do Catálogo Geral, no qual estão relacionadas 2.936 obras, incorporadas desde a sua fundação, ocorrida em 1954, até novembro de 2012, [clique aqui](#).

Os direitos autorais das obras são de propriedade de seus respectivos detentores de direitos, conforme a Lei de Direitos Autorais (LDA – Lei no 9.610/1998). O MARGS não detém a propriedade de direitos autorais das obras e não se responsabiliza por utilizações indevidas praticadas por terceiros.

Para solicitação de autorização de uso de imagem de obras do Acervo Artístico do MARGS, [clique aqui](#).



Nome	Número de Obras
Abelardo Zaluar	2
Achutti	1
Acosta Bentos	1

Fonte: Captura de tela do site do museu em 31 mar. 2023.

Figura 16 – Ampliação de obra no site do MARGS

The screenshot shows the MARGS website interface. At the top, there is an alphabet grid for filtering. The main content area displays the profile of artist Miriam Tolpolar, with a featured artwork titled "Blue mountains, 1954". The artwork is a lithograph showing a stylized landscape with mountains and a central figure. Below the artwork, there are navigation buttons: "previous", "next", "image 1 of 53", and "close". To the right, there is a list of exhibitions and a section titled "Nossas exposições" featuring a poster for "MARGS EXPOSIÇÕES" on the 1st and 2nd floors, with dates from 10-12-2023 to 11-04-2023. The poster also mentions "PULSE" and "LICIE HUNSCHKE".

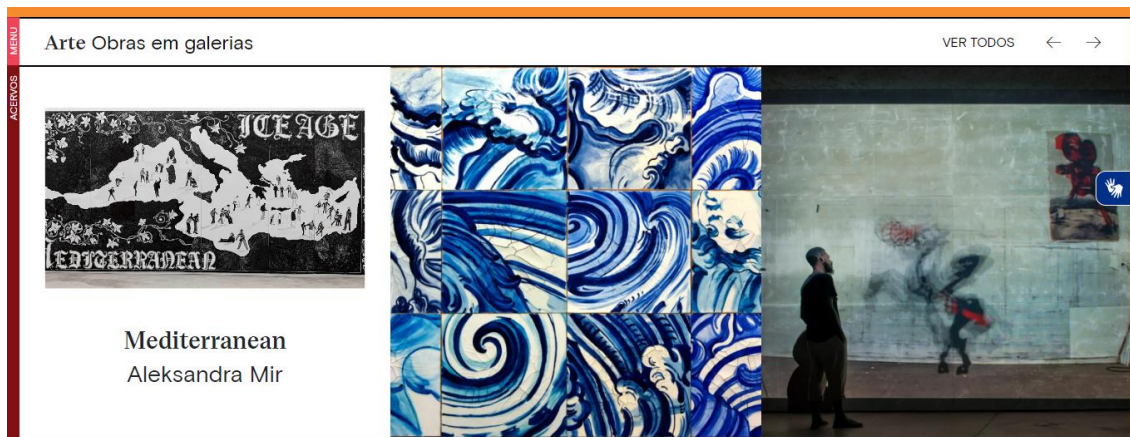
Fonte: Captura de tela do site do museu em 31 mar. 2023.

Até então, os exemplos retratados oferecem poucos recursos, limitando a participação do visitante à visualização das reproduções digitais. Em contrapartida, os próximos museus introduzem novos atributos, favorecendo uma navegação mais ativa e subjetiva. É o caso do Instituto Inhotim, que no canto superior direito da página de acervo dispõe de filtros comuns a outros museus (artistas e linguagens) e também particulares (galerias e eixos). Ao contrário da busca, que requer normalmente um objetivo, os filtros contribuem para exploração de acordo com os interesses de quem está visitando. Porém, mesmo sem utilizar qualquer filtro, pode-se percorrer os trabalhos segundo diferentes critérios – obras externas, galerias, obras em galerias e artistas –, sendo que todas as seções se apresentam em três colunas de imagens (Figura 17). Ao passar o cursor sobre qualquer item, título e autoria aparecem e, ao clicar sobre ele, uma nova página se abre, com textos e fotografias, recurso de compartilhamento (via Facebook, Twitter, WhatsApp e Telegram) e incorporação de hiperlinks que permitem ao leitor percorrer materiais relacionados ao que está sendo visto. Pois, de modo similar ao funcionamento do pensamento humano, por associações,

Na internet, não usamos a maneira linear e hierarquizada do texto impresso, mas, sim, o hipertexto. No hipertexto, as informações aparecem em forma de “tela” e você pode “clique” em uma palavra ou em um grupo de palavras para acessar novas informações. Essas novas informações podem ser de diferentes formatos: som, áudio, vídeo, imagem, texto, etc (IBRAM, 2020, p.98).

A respeito disso, é interessante comentar a visão de Castells (2015), que defende a arte como alternativa de reconstituição dos códigos comunicacionais, uma vez que a hipertextualidade propicia uma fragmentação de discursos e narrativas, voltando-se mais à individualização do que ao compartilhamento. Sendo assim, frente ao mundo no qual a experiência partilhada é cada dia menos partilhada, pois cada um fala uma língua diferente com base no hipertexto personalizado, “A arte como expressão híbrida de matérias físicas e virtuais, no presente e no futuro, pode tornar-se um elemento essencial para a construção de pontes entre a Net e o indivíduo” (CASTELLS, 2015, p.53).

Figura 17 – Detalhe da página de acervo de Inhotim



Fonte: Captura de tela do site do museu em 31 mar. 2023.

A ideia de repositório se relaciona ainda com a possibilidade de pesquisa ativa, geralmente por meio de um campo específico. O MASP é uma das instituições que adotam essa ferramenta, permitindo busca por termo (artista ou obra), categoria (opção que vai além das linguagens artísticas, compreendendo alguns suportes e outras classificações utilizadas pela instituição) e intervalo de datas. Ademais, pode-se fazer uma pesquisa sem preencher qualquer item, a qual deve trazer todos os resultados disponíveis. Entretanto, seja qual for a opção aplicada, o carregamento das obras acontece de forma automática em uma mesma página, conforme se faz sua rolagem, seguindo uma ordem predeterminada (aparentemente pela data dos trabalhos, dos mais atuais aos mais antigos), sem possibilidade de alteração. Em se tratando de uma pesquisa pontual, isso pode não parecer problemático, mas, quando se tem múltiplos resultados, como no caso da busca “em branco”, a visualização é certamente dificultada, ainda mais porque a disposição da página é verticalizada, com um artista por vez, independentemente do número de trabalhos disponíveis (Figura 18).

Figura 19 – Detalhe de página de obra no site do MASP



VOLTAR 



Ibã Huni Kuin | Tuin Huni Kuin, Movimento dos artistas Huni Kuin (MAHKU)

Nama KutĀ Dança Boa Sonhar, 2020

AUTOR: Ibã Huni Kuin | Tuin Huni Kuin, Movimento dos artistas Huni Kuin (MAHKU)

DADOS BIográficos: Jordão, Acre, Brasil, 1964 | Jordão, Acre, Brasil, 1975

TÍTULO: Nama KutĀ Dança Boa Sonhar

DATA DA OBRA: 2020

TÉCNICA: Caneta hidrográfica e giz de cera sobre papel

DIMENSÕES: 29,7 x 42 cm

AQUISIÇÃO: Doação dos artistas, no contexto da exposição Histórias da dança, 2020

DESIGNAÇÃO: Desenho

NÚMERO DE INVENTÁRIO: MASP.111028

CRÉDITOS DA FOTOGRAFIA: Eduardo Ortega

COMPARTILHE



TEXTOS

TRABALHOS

RELACIONADOS

+

X




Fonte: Captura de tela do site do museu em 31 mar. 2023.

Ao contrário dos demais analisados, o repositório do MAM-SP possui um layout bem típico dessas plataformas, tanto no campo de busca, que inclui palavra-chave, data, categoria e procedência, como no de apresentação dos itens. Outro fator que o torna interessante é que ele não abre automaticamente em uma nova guia do navegador, mas sim na mesma página, o que mantém o design do site coeso e permite acesso ao menu mesmo durante seu uso (Figura 20) – o que não ocorre no caso da Pinacoteca, como será visto adiante. Ainda nessa parte inicial, destacam-se dois pontos relacionados à discussão de direitos autorais: a) indicações de compromisso de utilização pessoal por parte do usuário e de não responsabilidade do museu em caso de uso indevido (semelhante ao observado nos sites do MARGS e do MON); b) opção de solicitação de imagens em alta resolução – que de certo modo fornece maior controle institucional, tanto porque uma imagem em baixa resolução restringe determinadas apropriações, como pela ideia de “autorização” que permeia o processo. Já na página de obra selecionada, observam-se poucos recursos, entre eles os botões de compartilhamento *Tweet* (Twitter) e *Pin it* (Pinterest) e algumas obras relacionadas na parte inferior (Figura 21).

Figura 20 – Início da página de coleção do MAM-SP

mam Texto **A+** / **A-** **PT** / **EN**

visite ▾ exposições ingressos agenda coleção ▾ pesquise ▾ educativo ▾ cursos apoie ▾



Coleção

Última atualização em agosto 2019

Palavra-chave

Data **Categoria** **Procedência**

Obras com imagem

Nesta página, o **mam** disponibiliza informações sobre as obras que fazem parte de sua coleção. Ao acessar as imagens disponíveis abaixo, você concorda que poderá utilizá-las apenas de forma pessoal e particular.

Para solicitar imagens em alta resolução, por favor, você deverá preencher **este formulário** e concordar com todas as suas condições. Em caso de dúvidas sobre este documento, recomendamos que você, antes de aceitá-lo, entre em contato com o **mam**.

Ao utilizar as imagens, é necessário que você solicite autorização aos artistas, seus herdeiros ou eventuais titulares de direitos, a fim de evitar problemas jurídicos para o seu projeto.

O **mam** não se responsabiliza por qualquer uso das obras feito por você em violação à legislação de direitos autorais.


[clique aqui e solicite as imagens em alta](#)

[conheça a política de aquisição do acervo de artes visuais do mam](#)


1 2 3 4 5 6 7 > >>

Organizar por: com imagem


4218 resultados encontrados




ABATTE, ANTONELLO L'
Sem título
1987
[Ver detalhes >](#)




ABRAMO, LÍVIO
Lélia em sua chegada ao Brasil
1950
[Ver detalhes >](#)



ABRAMO, LÍVIO
Lélia em folheto eleitoral
1950-55
[Ver detalhes >](#)



ABRAMO, LÍVIO
Lélia em sua chegada ao Brasil
1950
[Ver detalhes >](#)



ABRAMO, LÍVIO
Retrato de Lélia
1951
[Ver detalhes >](#)

Fonte: Captura de tela do site do museu em 03 abr. 2023.

Figura 21 – Detalhe da página de obra selecionada do MAM-SP



ABRAMO, LÍVIO

Lélia em folheto eleitoral

Data: 1950-55
Técnica: nanquim sobre papel
Dimensões: 10,8 x 7,9 cm
Doação por vontade de Lélia Abramo
Número de tomo: 2005.045
Crédito foto: Estúdio 17

Este acervo conta com o apoio do **Edital de Apoio à Digitalização de Acervos** – Secretaria Municipal de Cultura

[Tweet](#) [Pin it](#)

Obras relacionadas



ABRAMO, LÍVIO
Lélia aos 14 anos
1925
[Ver detalhes >](#)

ABRAMO, LÍVIO
Itapeperica da Serra
1935
[Ver detalhes >](#)

ABRAMO, LÍVIO
Indianópolis
1931
[Ver detalhes >](#)

ABRAMO, LÍVIO
Lélia em sua chegada ao Brasil
1950
[Ver detalhes >](#)

ABRAMO, LÍVIO
Riscos para bordados
s.d.
[Ver detalhes >](#)

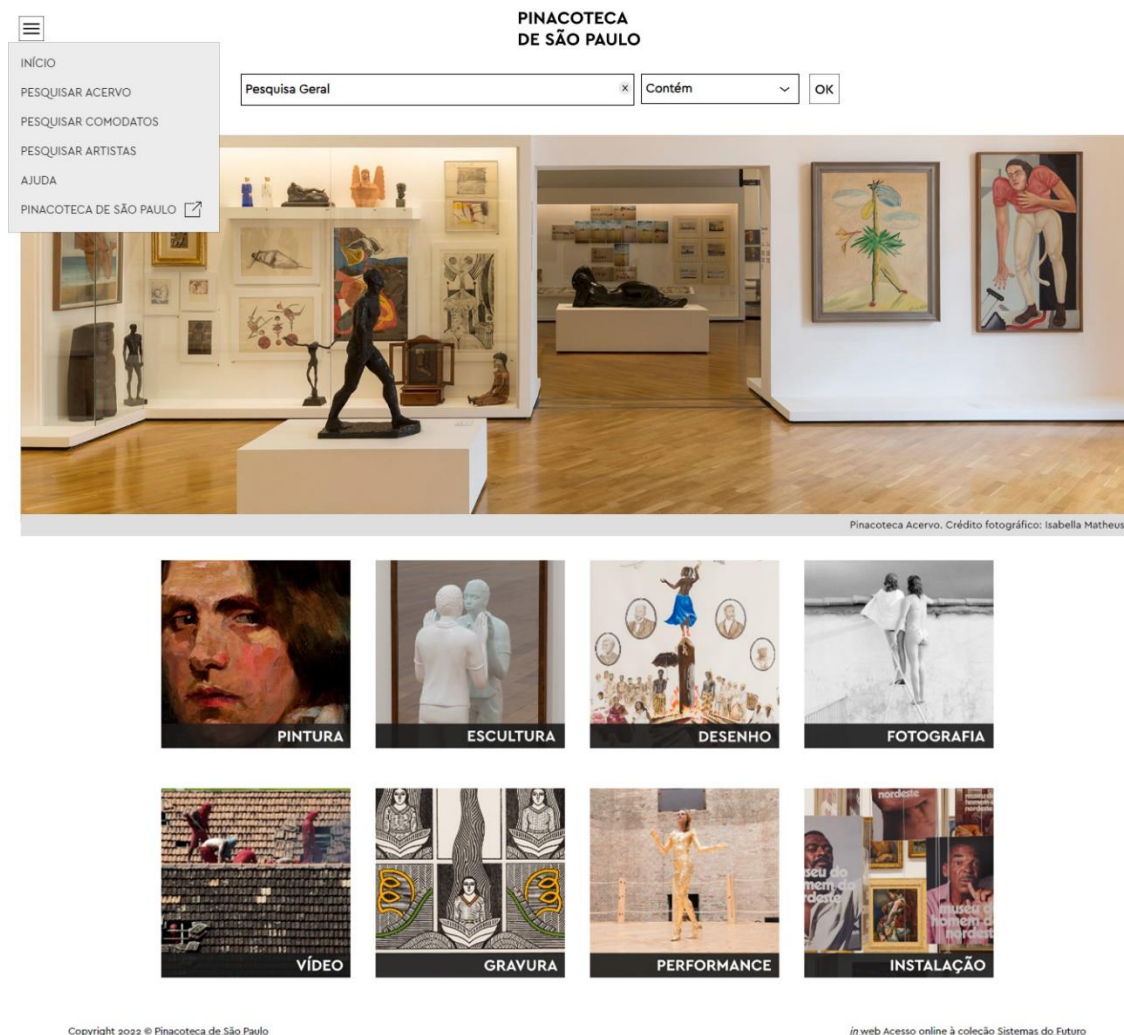
Fonte: Captura de tela do site do museu em 31 mar. 2023.

Em contrapartida, a Pinacoteca de São Paulo oferece várias formas de o visitante interagir com a plataforma e com as obras, desde a página inicial até a de trabalhos específicos. Vale ressaltar que diferentemente do MAM-SP, a Pina tem uma interface separada para pesquisa em acervo, a qual abre em nova guia, com identidade visual e menu próprios (Figura 22). Enquanto na primeira tela é possível realizar uma pesquisa simples por termo (a partir das alternativas *contém*, *todas as palavras*, *frase exata*) e escolher por categoria artística (pintura, escultura, desenho, fotografia, vídeo, gravura, performance, instalação), ao navegar pela seção *pesquisar acervo*, disponível no canto superior esquerdo, há também campos de pesquisa avançada (autor, título, designação,

número de inventário, data inicial, tipo de aquisição, data de aquisição), cada um contendo alternativas preestabelecidas.

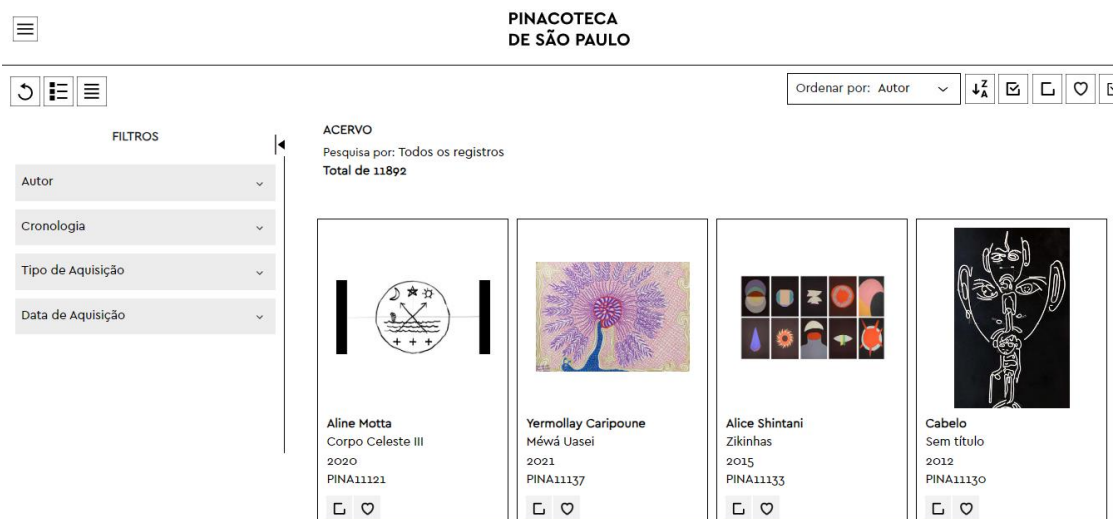
Na página dos resultados de busca (Figura 23) encontram-se ainda outros aparatos de visualização (listagem ou álbum), ordenamento (autor, título, data inicial e número de inventário e ainda de *a a z* ou *z a a*) e ações (seleção dos itens, adição à coleção individual, download), bem como a possibilidade de utilização de filtros. Vale lembrar que a Pinacoteca tem um grande número de trabalhos cadastrados no repositório, mas que alguns todavia não possuem imagens, sendo representados por um ícone padrão.

Figura 22 – Página inicial do repositório digital da Pina, com menu aberto



Fonte: Captura de tela em 31 mar. 2023.

Figura 23 – Página de resultados do repositório digital da Pina



Fonte: Captura de tela em 20 jun. 2023.

A tela de obra selecionada (Figura 24) é protagonizada por uma reprodução digital – abaixo da qual está o aviso: “O museu não detém a propriedade de direitos autorais e não se responsabiliza por utilizações indevidas praticadas por terceiros. Saiba mais” – e pelo conjunto de dados técnicos. Alguns trabalhos contam com a ferramenta de zoom, indicada acima da imagem. Destaca-se ainda três novos comandos nessa página: “QRcode”, que pode ser usado para facilitar o compartilhamento e/ou em atividades educativas; “enviar sugestão” e “fale conosco”, ambos via formulários online, favorecendo o diálogo e a colaboração entre instituição e público. É interessante que mesmo antes que se navegue pelo repositório, ainda na introdução da seção de acervo, já consta uma mensagem de abertura por parte do museu, que disponibiliza um e-mail de contato para solicitações, sugestões e indicações de correções.

Novamente, há botões para imprimir e adicionar à coleção. Este último, entretanto, apesar de ser uma ideia muito atraente em termos de personalização e relacionamento com as obras, não se mostrou funcional. Primeiramente, porque é necessário criar um acesso, cadastrando e-mail e senha, depois, porque na experiência da pesquisa enfrentaram-se certas dificuldades para concluir esse passo, como a repetição de telas para preenchimento de informações e etapas de confirmação, que só avançaram após atualização da página. Adicionar à coleção é fácil: basta clicar no ícone de coração e criar uma pasta ou selecionar uma já existente (além do nome, é possível escrever uma descrição para cada uma delas). Porém, uma vez adicionada a obra, como acessar as coleções criadas? Pois, como é possível observar na Figura 25, não há qualquer opção aparente, nem uma área de perfil, cenário mais comum nesses casos. Ademais, na seção *Ajuda* do menu principal – que tampouco sofre alteração para incluir

as coleções individuais – carrega um arquivo de texto com seis perguntas frequentes (Como efetuar uma pesquisa simples? Como efetuar uma pesquisa avançada?, Depois de efetuar uma pesquisa e serem apresentados os resultados podemos alterar a forma de visualização da mesma sem ter de fazer nova pesquisa? É possível guardar ou imprimir resultados da pesquisa? É possível ampliar a imagem do objeto? e É possível imprimir a ficha do objeto?), mas nenhuma delas se refere à ferramenta em questão. Em se tratando de uma plataforma própria, recente (lançada em 2022), e tendo a Pinacoteca disponibilizado vários pontos de contato para receber contribuições dos usuários, acredita-se que sua otimização tende a ser bem mais rápida do que seria a utilizada pelo MON, por exemplo, cuja situação particular é apresentada abaixo.

Figura 24 – Página de resultados do repositório digital da Pinacoteca de SP

The screenshot shows the digital repository interface for the Pinacoteca de São Paulo. At the top, the header reads "PINACOTECA DE SÃO PAULO". Below the header, there are navigation icons (back, forward) and a set of social media sharing icons (print, email, heart, share, QR code). The main content area is split into two columns. On the left, there is a large circular artwork titled "Corpo Celeste III" by Aline Motta and Rafael Galante. The artwork features a central figure with arms raised, surrounded by celestial symbols (moon, star, sun) and wavy lines representing water. Below the artwork, there is a disclaimer: "O museu não detém a propriedade de direitos autorais e não se responsabiliza por utilizações indevidas praticadas por terceiros. Saiba mais". On the right, the metadata for the artwork is displayed under the heading "ACERVO".

ACERVO

Autoria: [Aline Motta \(Niterói, RJ, 1974\)](#)
[Rafael Galante \(São Thomé das Letras, MG, 1986\)](#)

Título: **Corpo Celeste III**

Cronologia: **2020**
 Século XXI
 2020

Designação: **Instalação**

Descrição: **vídeo, com som, 2 minutos e 35 segundos, caixa de acrílico em base de ferro e impressão digital de provérbios sobre papel**

Dimensões-Resumo: **dimensões variáveis**

Aquisição: **Doação:**
 Doação dos Patronos da Arte Contemporânea da Pinacoteca do Estado de São Paulo 2021, por intermédio da Associação Pinacoteca Arte e Cultura – APAC, 2021

Nº de Inventário: **PINA11121**

Fonte: Captura de tela em 20 jun. 2023.

Figura 25 – Página de resultados do repositório digital da Pinacoteca de SP



Fonte: Captura de tela em 20 jun. 2023.

O Museu Oscar Niemeyer é o único no qual a pesquisa em acervo é realizada em uma ferramenta externa e ainda compartilhada com outras instituições: Pergamum (Figura 26). O maior inconveniente é a ausência de um filtro simples por instituição, tendo em vista que as coleções ficam misturadas entre os mais de 255 mil registros encontrados na rede de informações Museus Paraná, dificultando muito a procura. Ademais, o sistema exige a pesquisa por termo, não permitindo percorrer os itens utilizando somente os filtros, e dispõe de poucas informações sobre as obras e ações possíveis.

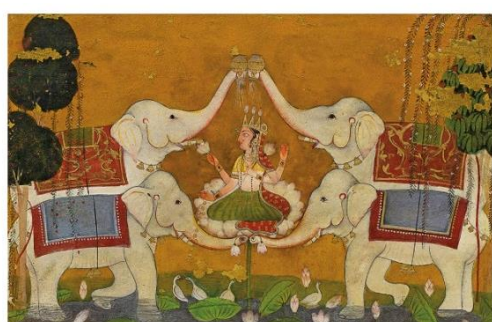
Figura 26 – Página inicial da ferramenta Pergamum, utilizada pelo MON



Fonte: Captura da tela inicial da plataforma, em 31 mar. 2023.

Contudo, dentro do site do museu também é possível acessar parte do acervo, por meio de páginas bastante completas para cada uma das cinco coleções: África, Ásia, Design, Arquitetura e Poty Lazzarotto. Além do conjunto de obras e legendas representado, que se encontra mais ao centro da seção (Figura 27), há ainda um texto inicial e diversos conteúdos relacionados, que podem incluir vídeos, informações sobre doação, montagem, restauração e folder digital. De modo semelhante aos primeiros exemplos (MAM-RJ, MAM-BA e MARGS), a disponibilização se dá em um formato de galeria de imagens, sem recursos de interação por parte do usuário.

Figura 27 – Detalhe da página da Coleção Ásia do MON



Lakshmi com elefantes

Índia, Escola Basholi (Pahari) | Séc. XVII-XVIII | Tinta à base de água e douramento sobre papel | 32 x 39 x 2 cm



Nat (guardião)

Nat (guardian) | Myanmar | Séc. XX | Madeira e laca com policromia, douramento e incrustações de vidro | 96 x 41 x 20 cm



Fonte: Captura de tela do site do museu em 31 mar. 2023.

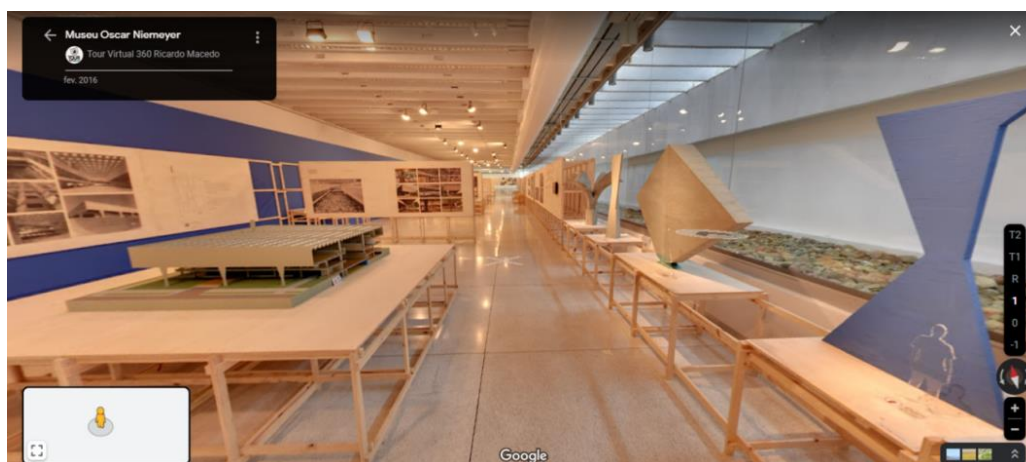
A partir dessa breve passagem pelos oito exemplos, todos revelando particularidades, infere-se uma autonomia por parte das instituições na proposição das formas de apresentar seus acervos (certamente proporcional aos recursos disponíveis em cada caso). Elas vão desde modelos mais simples, baseados em galerias de imagens (MAM-RJ, MAM-BA e o MARGS), passando por modelos intermediários (Inhotim, MASP e MON), até as estruturas de repositório, que dispõem de recursos variados

(MAM-SP e Pinacoteca). Porém, além desses formatos, os museus de arte exploram outras maneiras de exibir suas coleções em seus sites, sendo uma delas o tour virtual.

3.2 Tour virtual, outra forma de explorar as coleções

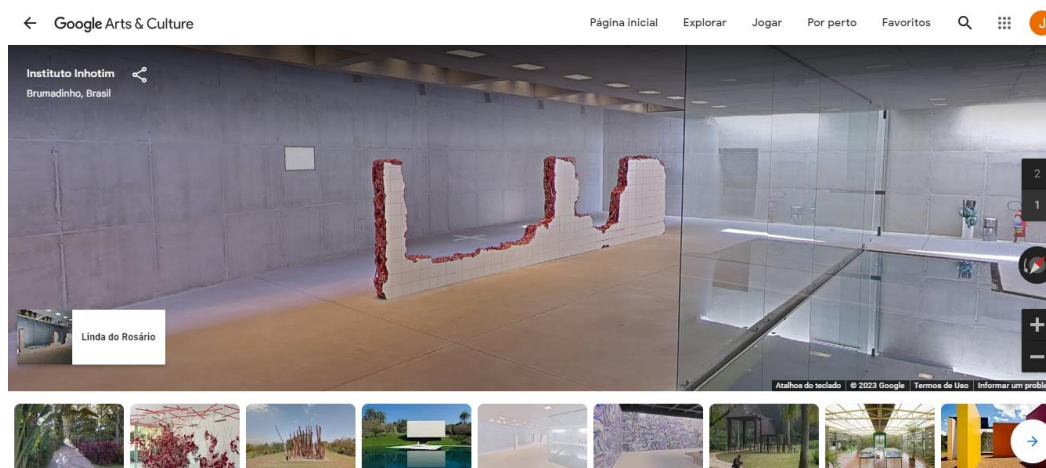
O diferencial dessa experiência mais imersiva, e talvez por isso mais atrativa para alguns, é poder olhar para as obras no contexto das exposições, ou seja, através de uma narrativa que as coloca em relação umas com as outras e com o próprio espaço arquitetônico, que muitas vezes é tão ou mais interessante para os visitantes. É o que ocorre em Inhotim – museu a céu aberto com inúmeras galerias, obras externas e paisagismo de Burle Marx – e no MON – projeto de Oscar Niemeyer, de quem leva o nome – para citar apenas dois. Entretanto, essas mesmas instituições utilizam apenas o recurso do Google Street View para fins de visita virtual, o qual é difícil de acessar em ambos os websites. No museu paranaense, por exemplo, foi preciso inserir o termo *tour virtual* na barra de busca para encontrar uma notícia sobre a participação no GA&C, pela qual se deu o acesso à plataforma da Google. Porém, como pode ser observado na Figura 28, a proposta de visita não fornecia informações adicionais sobre os trabalhos nem a possibilidade de se ler as plaquinhas e textos das paredes, fosse com auxílio de zoom ou arquivo incorporado. No instituto mineiro tampouco se encontrou algo relacionado à experiência no campo de busca. O caminho *Menu > Explore > Exposições on-line* foi percorrido na tentativa de se encontrar algo semelhante, o que acabou direcionando para a página da instituição no GA&C, onde também com o Google Street View existe a possibilidade de visitar espaços pré-selecionados, conforme mostrado na parte inferior da Figura 29.

Figura 28 – Vista interna do espaço expositivo do MON, via Google Street View



Fonte: Captura de tela em 26 mai. 2023.

Figura 29 – Vista interna do espaço expositivo de Inhotim, via Google Arts & Culture

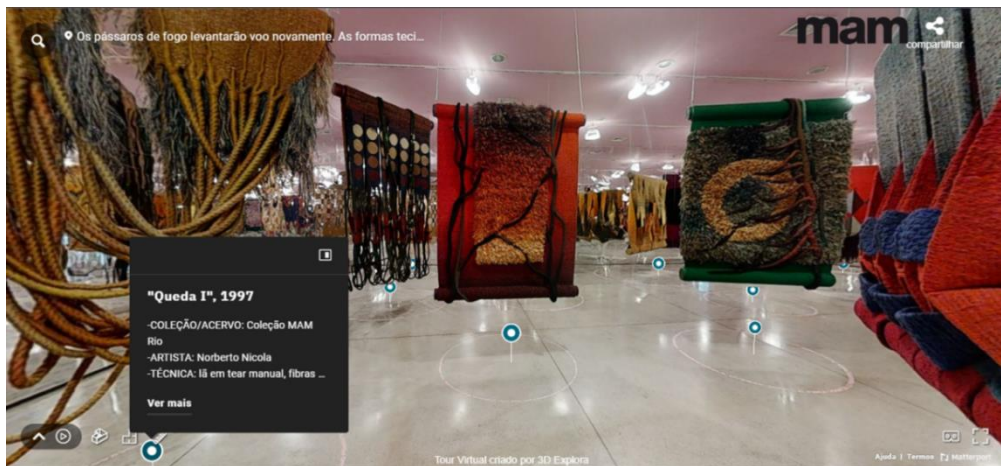


Fonte: Captura de tela em 26 mai. 2023.

Mais do que “andar” pelos museus, a tecnologia permite uma nova experiência por meio de diferentes ações e mídias. Provavelmente o encanto pela simulação e o limitado uso de recursos digitais tenham causado, em um primeiro momento, a errônea impressão de uma futura substituição da visita real pela virtual. Esse cenário vem mudando lentamente, abrindo alas para experimentações diversas. Hoje, instituições como o MASP, o MAM-SP e o MARGS utilizam *pins* nos trabalhos para trazer informações sobre eles (Figura 30), podendo inclusive conter hiperlinks, como no exemplo do texto curatorial da exposição *Glauco Tropical* do museu gaúcho (Figura 31). Ademais, dispõem de alternativas de maior interação espacial: visualização 3D, planta baixa e possibilidade de medir distâncias (Figura 32). No caso do MASP 360°, estão disponíveis as mostras *Beatriz Milhazes* e *Degas*; no do museu de arte moderna são vinte e uma²⁴ e no MARGS não foi possível determinar, pois não há seção destinada à atividade. Em todos os três, o conteúdo é divulgado logo na página inicial dos sites, seja no início, meio ou ao final.

²⁴ *Samson Flexor: além do moderno; projeto parede | Pintura de emergência; Os pássaros de fogo levantarão voos novamente. As formas tecidas de Jacques Douchez e Norberto Nicola; Moquém Surari: arte indígena contemporânea; projeto parede | Campo Fraturado, SOS; Desafios da modernidade – Família Gomide-Graz nas décadas de 1920 e 1930; Antonio Dias: derrotas e vitórias; Clube de colecionadores de fotografia do mam – 20 anos; Os anos em que vivemos em perigo; Novas aquisições; Projeto Parede | Paisagem moderna; Passado/Futuro/Presente: arte contemporânea brasileira no acervo do Museu de Arte Moderna de São Paulo; MAM 70: MAM e MAC USP; Projeto Parede | MAM 70; Projeto Parede | Crepe Garden; Ismael Nery | Feminino e Masculino; A Marquise, o MAM e nós no meio; Projeto Parede | Corpo Parede; Sinais/Signals Mira Schendel; Oito décadas de abstração informal; 35° Panorama da Arte Brasileira: Brasil por multiplicação.*

Figura 30 – Detalhe do uso de *pins* com informações na visita virtual do MAM-SP



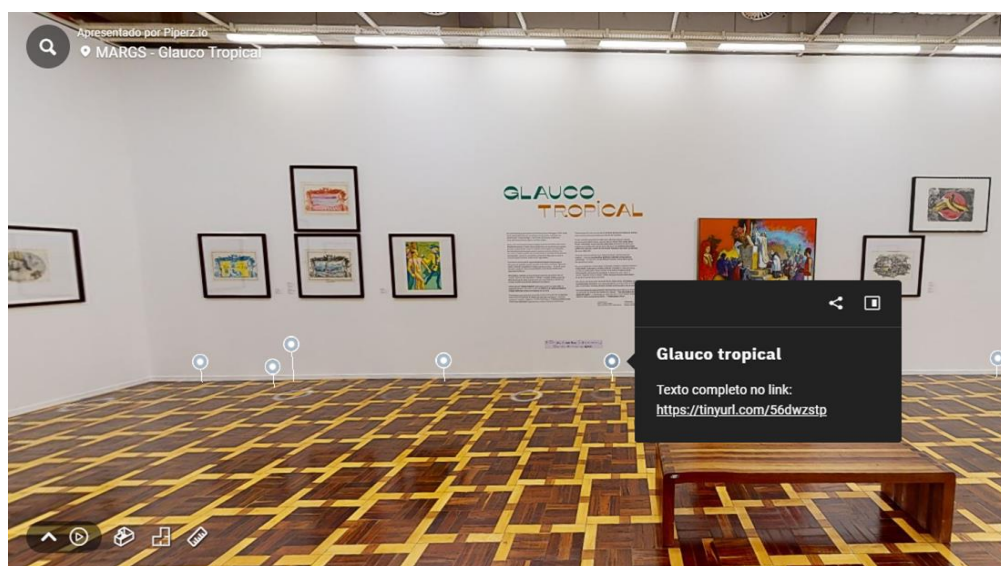
Fonte: Captura de tela em 26 mai. 2023.

Figura 31 – Detalhe da ferramenta de medidas na visita virtual do MASP



Fonte: Captura de tela em 26 mai. 2023.

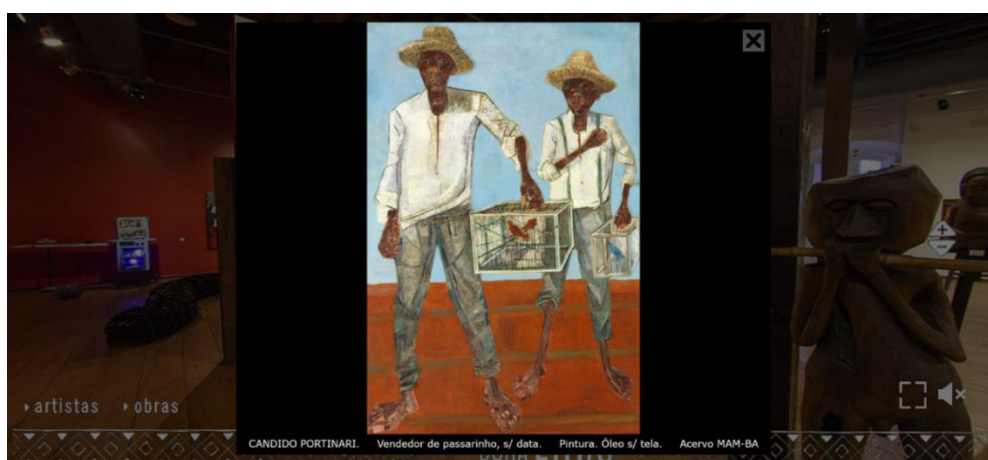
Figura 32 – Detalhe do uso de hiperlink na visita virtual do MARGS



Fonte: Captura de tela em 26 mai. 2023.

O MAM-BA não usa demarcadores, mas ao navegar por suas três exposições há a opção de clicar sobre determinada obra e vê-la ampliada na tela, juntamente com seus dados técnicos, o que auxilia bastante na compreensão dos trabalhos, mais especificamente, e da mostra, de modo geral. Também existe a funcionalidade de abrir uma listagem dos artistas participantes com suas mini biografias ou uma galeria das obras expostas – modelo que se assemelha àquele utilizado para exibição de acervo on-line (comentado no item 4.1), mas que difere por não fazer uso do *template* aplicado na página *Galeria de Exposições*. Sendo assim, as obras aqui podem ser melhor observadas, pois não sofrem interferências de outros elementos visuais (Figura 33).

Figura 33 – Detalhe de visualização de obra no tour virtual do MAM-BA

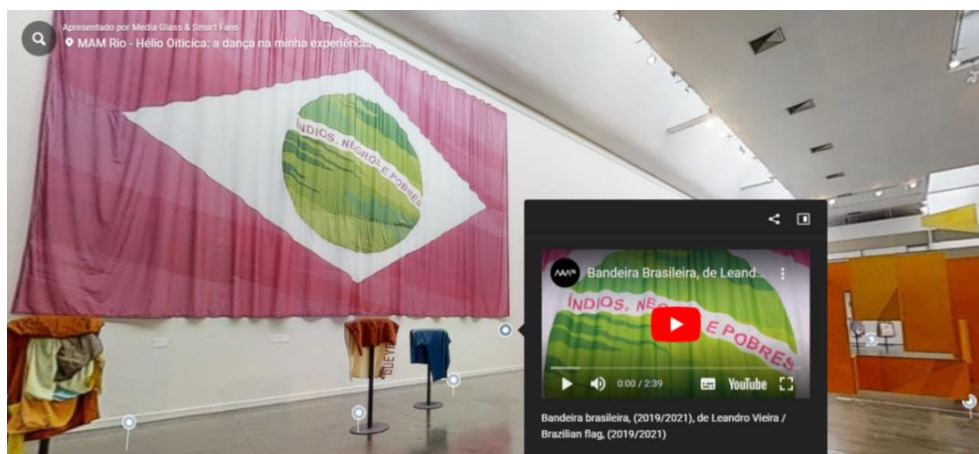


Fonte: Captura de tela do site do museu em 26 mai. 2023.

O passeio 3D no MAM-RJ contempla cinco exposições: *35 Revoluções: Irmãos Campana, Realce, COSMOCOCA – programa in progress: núcleo poético dos Quasi-Cinema, Bandeira Brasileira e Hélio Oiticica: a dança na minha experiência*. Apesar de a função estar mais escondida no site (caminho *Artes Visuais > Exposições > Veja mostras recentes do museu em 360°*), ela vai mais longe em relação aos recursos, aproveitando, em alguns casos, materiais audiovisuais (Figura 34), que trazem dinamicidade à experiência. Nessa mesma linha, a Pina explora muito bem os recursos tecnológicos no seu tour da exposição OS GÊMEOS, que usa uma plataforma diferente das demais (360up), chamando atenção por vários elementos, a começar pela introdução, que parte de uma vista global até aterrissar no museu (Figura 35). Cada passo contém informações, desde a fachada até os outros 11 ambientes que podem ser selecionados na parte superior da tela (pátio, acesso, octógono, lobby, salas de 1 a 7), incluindo textos, imagens, vídeos, diferentes ângulos e muito movimento. Ao todo são

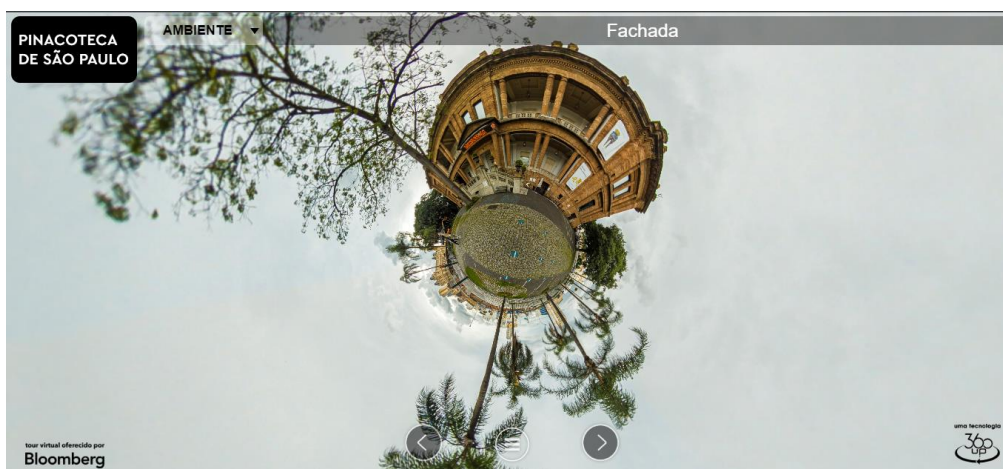
dezesesseis exposições na modalidade,²⁵ facilmente encontradas na aba de conteúdos digitais do menu, ainda que se reforce que nem todas são tão inovadoras quanto o exemplo citado, ficando a maioria mais próxima das experiências do MAM-SP, MARGS, MASP e MAM-BA.

Figura 34 – Detalhe do recurso em vídeo em exposição virtual do MAM-RJ



Fonte: Captura de tela do site do museu em 26 mai. 2023.

Figura 35 – Detalhe da introdução à exposição virtual *OS GÊMEOS*, da Pinacoteca



Fonte: Captura de tela do site do museu em 26 mai. 2023.

Salienta-se que os casos de uso de vídeos e elementos dinâmicos ainda é exceção, tendo sido observado em exposições pontuais de museus como o MAM-RJ e a Pinacoteca de São Paulo. O padrão é a utilização de plataformas específicas de modelagem 3D e a disponibilização de informações complementares textuais, que

²⁵ Antiga exposição do Acervo: *Arte no Brasil: uma história na Pinacoteca de São Paulo, Enciclopédia Negra, Exposição OSGEMEOS: Segredos, Alvim Corrêa – Ninguém teria acreditado, Rosângela Rennó – Pequena ecologia da imagem, Ayrson Heráclito – Yorubáiano, Adriana Varejão: Suturas, fissuras, ruínas, Pinacoteca: Acervo, Pelas ruas: vida moderna e experiências urbanas na arte dos Estados Unidos, Jonathas de Andrade: O rebote do bote, Lenora de Barros: Minha Língua, Elisa Bracher: formas vivas, Chico da Silva e o ateliê do Pirambu, Chão da Praça: obras do acervo da Pinacoteca, Haegue Yang: Quase coloquial, Regina Parra: Pagã.*

geralmente reproduzem os conteúdos da visita presencial (texto curatorial, fichas técnicas), como visto no MAM-SP, MASP, MARGS e MAM-BA. No entanto, duas instituições dispunham apenas das ferramentas da empresa estadunidense Google, uma com um número grande de informações disponíveis (Inhotim) e outra com menos, na qual a visita era antes a possibilidade de conhecer o espaço museal do que as exposições em cartaz (MON).

De modo complementar à proposta de tour, a realização de uma visita virtual mediada, isto é, com acompanhamento de um membro da equipe educativa, foi realidade para alguns museus durante a pandemia, como o Instituto Inhotim e o MAM-RJ, estendendo-se para além do período. No primeiro, a ação gratuita, com atendimento prioritário para organizações públicas ou sem fins lucrativos, encontra-se na seção Inhotim Digital, na qual está o *link* para um formulário de agendamento. Após a confirmação institucional, a visita oferecida ocorre pela plataforma Zoom, com duração de 1h30min. Em se tratando do MAM-RJ, a visitação, também gratuita, é acessada através do caminho *Educação > Visitas*. Direcionada para grupos de escolas, ONGs e outras instituições, a atividade acontece às terças-feiras às 14h e tem uma duração aproximada de 40min a 1h. Novamente, é preciso agendar via formulário on-line.²⁶

Sem necessidade de horário marcado ou possibilidade de interlocução entre mediador e visitantes, o MASP oferece uma modalidade diferente de visitação para uma das mostras do seu Acervo em Transformação: gravada e narrada. Ela pode ser acessada pela seção *Explore o Acervo* do site institucional (Figura 36) ou diretamente por meio do Google Arts & Culture, onde foi produzida e encontram-se outras exposições on-line. Uma vez iniciada, a experiência começa com um áudio introdutório sobre o museu, mesclando, na sequência, telas de livre navegação pelo espaço, nas quais o usuário pode “circular” à vontade pelo espaço virtual (utilizando o recurso do Google Street View); e telas de obras selecionadas, que contam com imagem e relato (Figura 37).

²⁶ Na etapa final da pesquisa (abril de 2023), verificou-se que a página *Inhotim Digital* passou a constar como “página não encontrada”, o que pode indicar uma desatualização dos *links* dentro do site do museu, ou mesmo a suspensão da atividade.

Figura 36 – Página *Explore o acervo* do MASP

EXPLORE O ACERVO



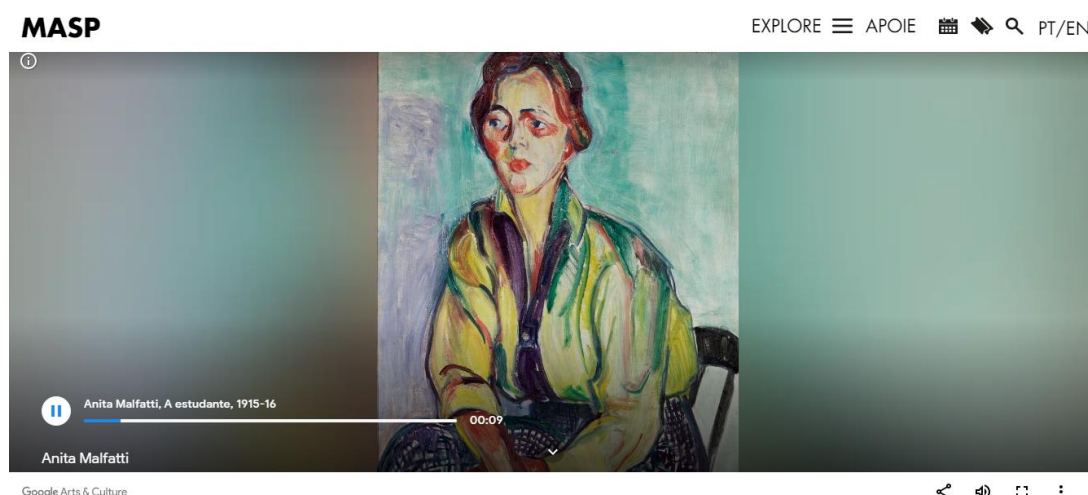
O MASP é o primeiro Museu moderno do país. Ele foi fundado em 1947 pelo jornalista e empresário brasileiro Assis Chateaubriand, que convidou o crítico e marchand italiano Pietro Maria Bardi para dirigi-lo, função que exerceu por cerca de 45 anos. As primeiras obras de arte do MASP foram selecionadas por Bardi e adquiridas por doações da sociedade local, formando o mais importante acervo de arte europeia do Hemisfério Sul. Hoje, a coleção do MASP reúne mais de 10 mil obras, e inclui pinturas, esculturas, objetos, fotografias e vestuário de diversos períodos, abrangendo a produção europeia, africana, asiática e das Américas.

Desejamos uma ótima visita virtual e esperamos encontrá-lo no MASP em breve!



Fonte: Captura de tela do site do museu em 26 mai. 2023.

Figura 37 – Detalhe de obra na exposição on-line (narrada) do MASP



Fonte: Captura de tela do site do museu em 26 mai. 2023.

Apesar de a proposta ser interessante, sublinham-se dois pontos. O principal é que, sendo uma gravação, a visita segue o roteiro previsto pela instituição, cabendo ao público apenas a possibilidade de “pular” etapas. O outro é que o acesso à modalidade via site ainda está um pouco confuso, pois os elementos que configuram a página não indicam exatamente como “explorar” o acervo, conforme sugere o nome da seção. O que se observa na navegação é uma fotografia do espaço expositivo, um pequeno texto comentando a história do museu e desejando, ao final, “uma ótima visita virtual”; logo abaixo, há um conjunto de seis imagens – que parecem ter sido escolhidas aleatoriamente. Faltou, primeiramente, evidenciar que se trata de uma visita virtual, pois a citação no texto não parece suficiente, especialmente porque não há sinalização de como iniciá-la. Por tentativa e erro, descobriu-se que era preciso clicar sobre a imagem principal, o que poderia ser facilmente resolvido com o uso do ícone de “play” sobre ela.

Alternativas de disponibilização de acervos, seja por meio de galerias de imagens, repositórios ou tours virtuais, contribuem para que as instituições artísticas alcancem um número maior de indivíduos de forma global. Mas, além disso, favorecem uma relação temporal distinta da usual, pois “[...] o museu na Internet nunca fecha” (HENRIQUES, 2004, p. 2). Nessa mesma perspectiva, da ordem do “disponível”, como frisa Santaella (2010) desde o contexto da era cultural das mídias (que já favoreciam um consumo mais individual e personalizável), também estão os diversos conteúdos produzidos e/ou ofertados no meio digital, abordados a seguir.

4 A TENDÊNCIA DOS CONTEÚDOS DIGITAIS

Um dos principais objetivos do uso das tecnologias digitais nos museus é ampliar a relevância e as possibilidades de interação da sociedade com os acervos. Não basta ter os acervos organizados em um repositório digital para que isso aconteça. É necessário criar estratégias de conversação e de engajamento, em torno das coleções digitais, para que sejam apropriadas e utilizadas pelas diferentes audiências de interesse do museu. O objetivo é criar uma rede, que possa, cada vez mais, ser expandida, em torno dos conteúdos desenvolvidos pela instituição (IBRAM, 2020, p.98).

Manuel Castells (2015) defende os museus como repositórios de temporalidade, instituindo no presente, ao mesmo tempo, tradição e projeção de futuro. Para o autor, o mundo conectado se projeta sobre oposições entre tempo cronológico e atemporalidade, permanência e efemeridade, passado e presente, justificadas por duas condições atuais e simultâneas: a compressão do tempo e a destruição das sequências temporais. A primeira se relaciona à velocidade, explicitada na comunicação em tempo real e materializada em tecnologias cada vez menores e portáteis (notebook, tablet, celular), enquanto a segunda vincula-se à descontinuidade de narrativas possibilitada por meio do hipertexto.

Uma prática cada vez mais comum, e que demonstra essa configuração veloz, é a condensação de diversas atividades em um mesmo intervalo de tempo – muito associada à ideia de produtividade do sistema capitalista –, potencializada pelos novos dispositivos, plataformas e formatos de conteúdos. Computador e internet engoliram as diferentes linguagens: texto, imagem, som, vídeo, acarretando transformações radicais nas relações sociais e nos modos de produção-distribuição-consumo. No mundo das artes, os passos para acompanhar essas mudanças foram dados lentamente até o cenário de pandemia impor novo ritmo, provocando um *boom* de conteúdos digitais e a percepção de sua importância na manutenção da relevância social e institucional dos museus.

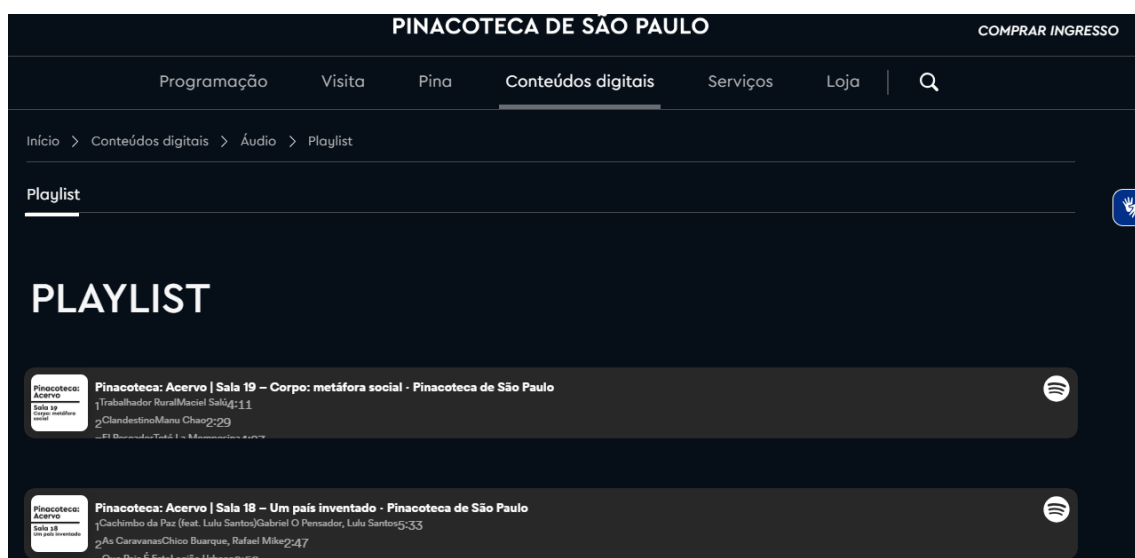
Olhando-se especialmente para os sites desses espaços, é possível encontrar diferentes esforços, desde a disponibilização de catálogos e textos em formatos digitais – que já contribuem muito para o compartilhamento de referências e ideias e fomentam debates importantes no campo, divulgando pesquisas desenvolvidas e ampliando o acesso a elas – até a adoção de tecnologias mais sofisticadas de interação e imersão. Frente a esse cenário em constante desenvolvimento, que será explanado a seguir, destaca-se o pioneirismo da Pinacoteca de São Paulo ao criar uma seção intitulada

“Conteúdos Digitais” em seu menu principal, que acabou inspirando essa seção da pesquisa.

4.1 Para ouvir

No campo sonoro, além das audiodescrições, desenvolvidas e divulgadas no âmbito das exposições e essenciais para a questão da acessibilidade, destacam-se três iniciativas mencionadas no capítulo anterior que contribuem para a proposta de trazer um pouco mais de arte para o dia a dia e mostram que os museus estão buscando acompanhar as tendências. Uma delas corresponde às *playlists* de músicas elaboradas e publicizadas no site da Pinacoteca (Figura 38), cada qual pensada para uma determinada sala do acervo e com um eixo temático: “Sala 11 – Conhecimento e dominação”; “Sala 12 – Terra como matéria”; “Sala 13 – Qualquer lugar”; “Sala 14 – Eu, tu e todos no mundo”; “Sala 15 – Sujeitos, afetos e desejos”; “Sala 16 – Corpo individual / Corpo coletivo”; “Sala 17 – Violência e resistência”; “Sala 18 – Um país inventado”; “Sala 19 – Corpo: metáfora social”. Essas nove seleções que aparecem na página fazem parte de um conjunto de 94, que colocam em diálogo duas áreas e sentidos: música e artes visuais, audição e visão. Para acessá-las na íntegra, e também suas canções, que no site estão em prévia (com poucos segundos liberados), é preciso utilizar a plataforma Spotify.

Figura 38 – Detalhe da página de *playlists* de áudios da Pina



Fonte: Captura de tela do site do museu em 26 jun. 2023.

Outra proposta é o *podcast* do Instituto Inhotim (Figura 39), cuja temporada de estreia foi lançada no início de 2022. São seis episódios: “Tempo”, “Horizonte”, “Deslocamentos”, “Realidades”, “Sinestesia”, “Chão”, os quais se desenvolvem a partir das falas de diferentes convidados (da equipe, artistas, especialistas) e da apresentação da atriz Bárbara Colen. O interessante é que a abordagem tem foco nos temas, como indicado nos nomes dos episódios, e as obras, a geografia e a botânica que compõem o lugar emergem gradualmente a partir das falas. Apesar de existir a opção de escuta via site, esta não foi possível, pois surgia na tela uma mensagem de falha no carregamento da mídia. Contudo, a temporada está disponível nas principais plataformas de áudio do mercado e no canal do YouTube da instituição, todos acessíveis por meio de hiperlinks na página. Ressalta-se que o *podcast* é um formato que tem apresentado bastante aceitação nos últimos anos, muito porque se pode ouvi-lo durante outras atividades, como dirigir, correr, organizar a casa, mas também porque atende a variados gostos – há propostas de curta e longa duração, com tom engraçado, informativo, de bate-papo, narrativo etc. Essa liberdade pode representar uma oportunidade para as instituições artísticas irem além dos tradicionais audioguias e descobrirem uma nova linguagem, talvez mais informal, divertida, que atraia e conecte ainda mais pessoas.

Figura 39 – Detalhe da página de *podcasts* de Inhotim

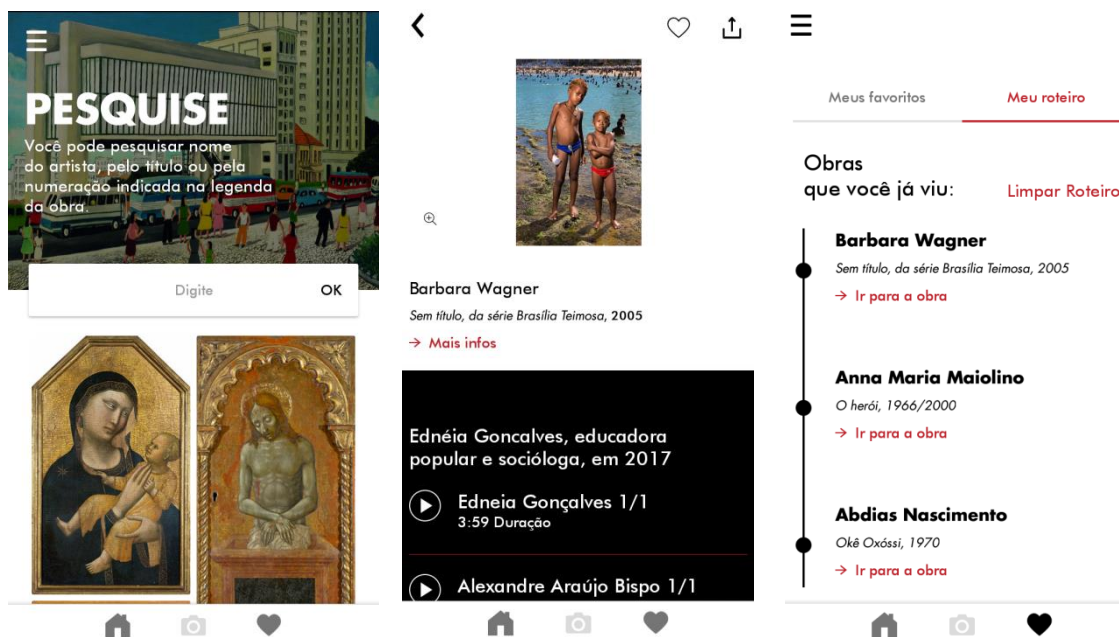


Fonte: Captura de tela do site do museu em 26 jun. 2023.

Em relação aos audioguias, a terceira iniciativa se aproxima bastante do conceito. Trata-se de um aplicativo para o celular, o MASP Áudios (2019), que dispõe de aproximadamente 170 gravações sobre 100 obras da coleção permanente do museu: *Acervo em Transformação*, a partir da visão de curadores, artistas, professores,

pesquisadores e crianças. Pode ser usado tanto para complementar a visita presencial (se o dispositivo usado é compatível com essa tecnologia, basta apontar a câmera do celular para a obra para que o *app* faça seu reconhecimento e inicie a compilação) quanto para servir de conteúdo independente, passível de escuta em qualquer lugar com internet (há um campo de pesquisa de artistas e trabalhos). Via menu principal, no website da instituição acessam-se as informações completas, incluindo os locais para download, pois não há como ouvir os áudios no canal. No *app*, cujas telas principais estão adiante (Figura 40), há uma seção de busca seguida de miniaturas das obras disponíveis. Ao selecionar-se uma delas, carrega então uma aba exclusiva do trabalho com a listagem de áudios a seu respeito (pode ser um ou mais), sempre indicando a autoria e o tempo de duração. Além da opção de “favoritar” uma peça (clicando no ícone do coração), a plataforma oferece um recurso bastante interessante: de “roteiro”, no qual o usuário pode ver tudo que já visitou.

Figura 40 – Telas de pesquisa, obra e roteiro do *app* MASP Áudios, respectivamente



Fonte: Capturas do aplicativo do museu em 26 jun. 2023.

Mesmo com a diversidade de manifestações sonoras, os avanços tecnológicos e o surgimento de plataformas que supervalorizam as imagens (estáticas e em movimento) reforçam a cultura visual contemporânea. Os museus, que têm uma relação intrínseca com o mundo imagético, não ficam de fora da tendência audiovisual.

4.2 Para ver e ouvir

“Cada vez mais, os museus dependem de produções audiovisuais em seus canais como forma de diálogo com o público, divulgação de seus programas e criação de conteúdo” (MAM-SP, 2021, p.95). Em geral, os materiais desse tipo são aproveitados para publicação em mais de um canal, sendo que nos sites costumam estar nas páginas de exposição, coleções ou, em certos casos, em espaços dedicados exclusivamente a eles, como visto com Inhotim (*Explore > Vídeos*) e Pinacoteca (*Conteúdos Digitais > Vídeos*). Essa produção, normalmente elaborada pelos museus (com ou sem parcerias e patrocínios específicos), abarca formatos mais curtos para as redes sociais e mais longos para registrar atividades de formação, como cursos, palestras, seminários, filmes institucionais, materiais sobre exposições, acervo, movimentos artísticos, entre outros. Nesse contexto de recorrência de vídeos no meio e nos websites analisados, destaca-se aqui a proposta *AniMAM*, do Museu de Arte do Rio de Janeiro.

Dialogando com a arte digital e direcionada à primeira infância (de zero a seis anos), a série de filmes sobre arte moderna e contemporânea começou ainda em 2020, no contexto da covid-19, e se transformou em um programa de formação em 2022.²⁷ Visando o desenvolvimento de artistas independentes de música e animação e a colaboração na produção de obras audiovisuais para o museu, foram elaborados dez curtas (Figura 41): Djanira, Anita Malfatti, Rubem Valentim, Ismael Nery, Abdias Nascimento, Fayga Ostrower, Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, Hélio Oiticica, Wanda Pimentel e Maria Martins.²⁸ Na página do projeto (*Educação > Outros projetos > AniMAM*) constam mais informações sobre cada vídeo e, com exceção do da Djanira – que exibe apenas alguns frames –, todos podem ser assistidos ali mesmo, ao final das seções.

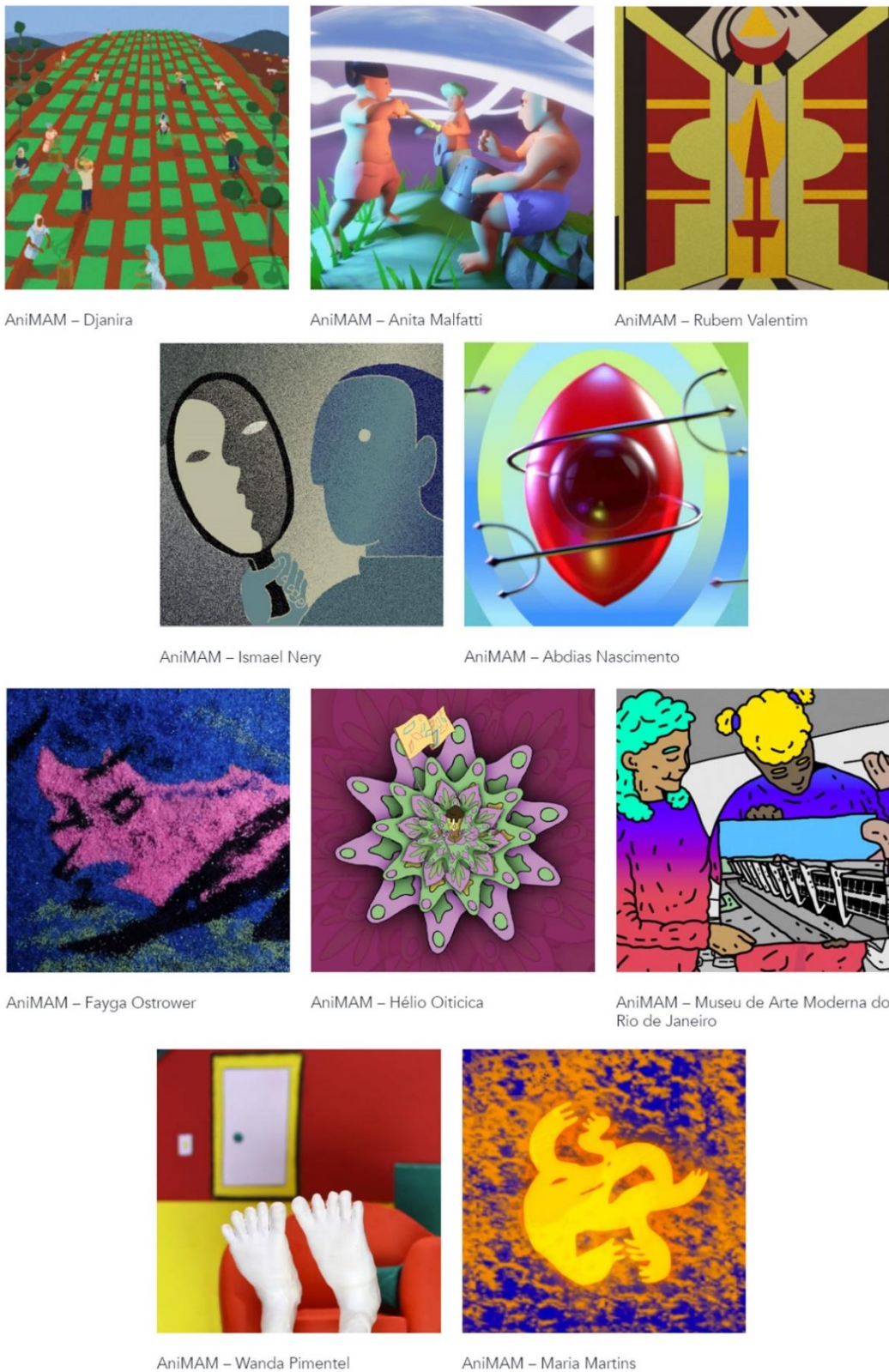
Importante considerar que os museus pesquisados foram fundados a partir de um modelo eurocêntrico e extremamente tradicional, com acervos calcados em técnicas clássicas, como pintura, desenho, escultura, há pouco abertos à arte contemporânea e com pouquíssimos ou nenhum trabalho de net arte. Sendo assim, a iniciativa do MAM-

²⁷ A residência AniMAM: Pesquisa em Artes (2022) selecionou animadores e músicos para o desenvolvimento de quatro curtas sobre a obra de artistas presentes no acervo do MAM Rio. O projeto teve coordenação de Lais Daflon, Shion L. e Renata Sampaio, da área de Educação e Participação do museu.

²⁸ As animações foram produzidas por: **Byu La e Santo Alceu (Djanira)**; Alexandre Pina e Oderiê Chá-Yua (Anita Malfatti); Wassa e JOCA (Rubem Valentim); Beatriz Shiro e Azullllllll (Ismael Nery); **Nathalia Grilo e Adriano Cipriano** – Estúdio Roncó –, MC Tha e Mahal Pita (Abdias Nascimento); Nara Normande e Letícia Novaes (**Fayga Ostrower**); Ambrósio Pentú, Manu da Cuíca e Marina Iris (Hélio Oiticica); Pv Dias, Rodrigo Maré e Pedro Guinu (Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro); Maria Marcolina Filmes, Carlota Borges e Max Teixeira (Wanda Pimentel); Auá Mendes, Ambrósio Pentú e Arthur Braganti (Maria Martins).

RJ, ainda que pontual e delimitada, pode ser entendida como um pequeno passo em direção a essa produção.

Figura 41 – “Capas” dos filmes do projeto *AniMAM*, publicadas no site do museu



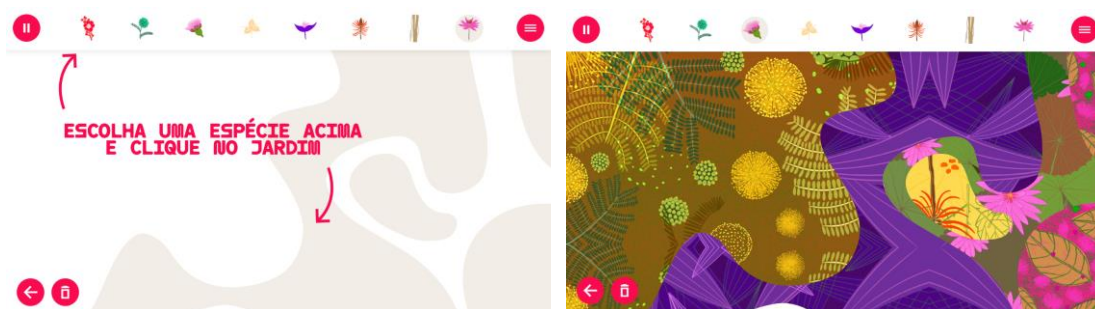
Fonte: Elaborado pela autora a partir das imagens disponibilizadas no site do museu.

De modo geral, os materiais audiovisuais demandam uma participação que gira em torno de processos de percepção, interpretação, imaginação e aprendizagem, salvo quando se trata de uma oficina prática, que pode contar ainda com uma produção específica. No entanto, aos poucos as instituições museológicas vêm adotando conteúdos digitais que exigem outras formas de participação, dentre elas algumas mais interativas.

4.3 Para interagir

Ao mesmo tempo em que é uma exposição virtual acerca das espécies botânicas existentes no Parque do Flamengo, a plataforma Fantástico Jardim (2021), também do MAM-RJ, traz dispositivos de diversão e criação. Pensada para crianças de até seis anos, a proposta parte de um banco de dados ilustrativo de plantas, convidando o usuário a imaginar e construir o seu próprio jardim, podendo ao final salvar o que foi produzido (Figura 42).

Figura 42 – Telas da atividade de criação da plataforma Fantástico Jardim, do MAM-RJ

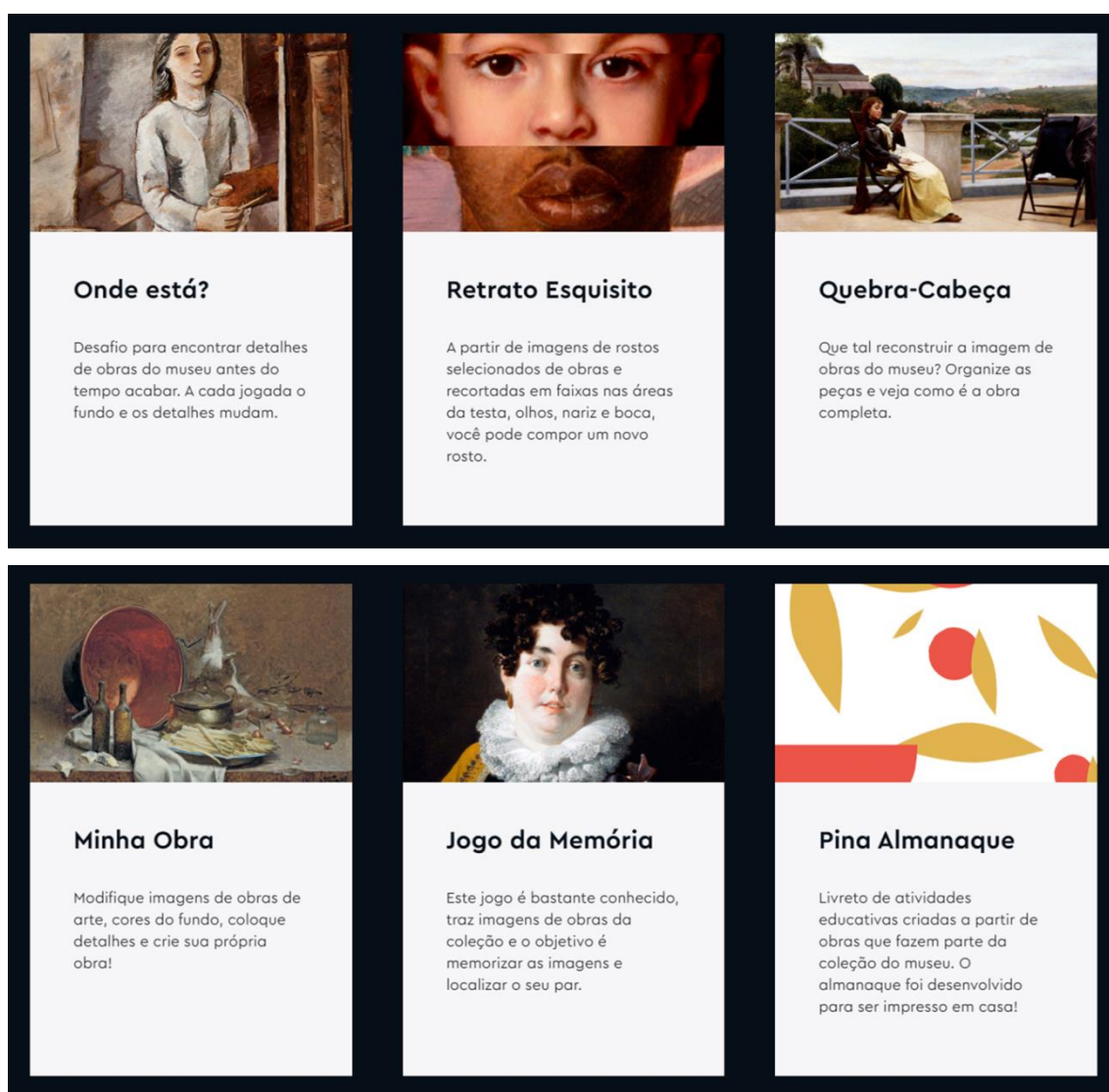


Fonte: Capturas de tela do site do museu em 26 jun. 2023.

Nessa mesma linha estão os jogos, que têm ganhado espaço no campo educacional dos museus, como bem demonstram dois exemplos analisados. No site da Pinacoteca são seis atividades (Figura 43), disponíveis em uma aba exclusiva: *Conteúdos Digitais*, sendo somente uma delas para imprimir e levar para o ambiente off-line (“Pina Almanaque”). Dentre as demais, pensadas para computadores, tablets e celulares, chamam atenção “Retrato Esquisito” – na qual o usuário pode montar uma figura humana com base em dez obras do acervo da instituição, podendo combinar diferentes partes de cada um (cabelos e testa, olhos, nariz, boca, pescoço) e “Minha Obra” – que dispõe de planos de fundo (tanto cores lisas quanto trabalhos da coleção) e de diversos elementos editáveis (personagens e objetos recortados desses e outros trabalhos) para que se possa criar uma imagem nova, conforme indica a sequência de

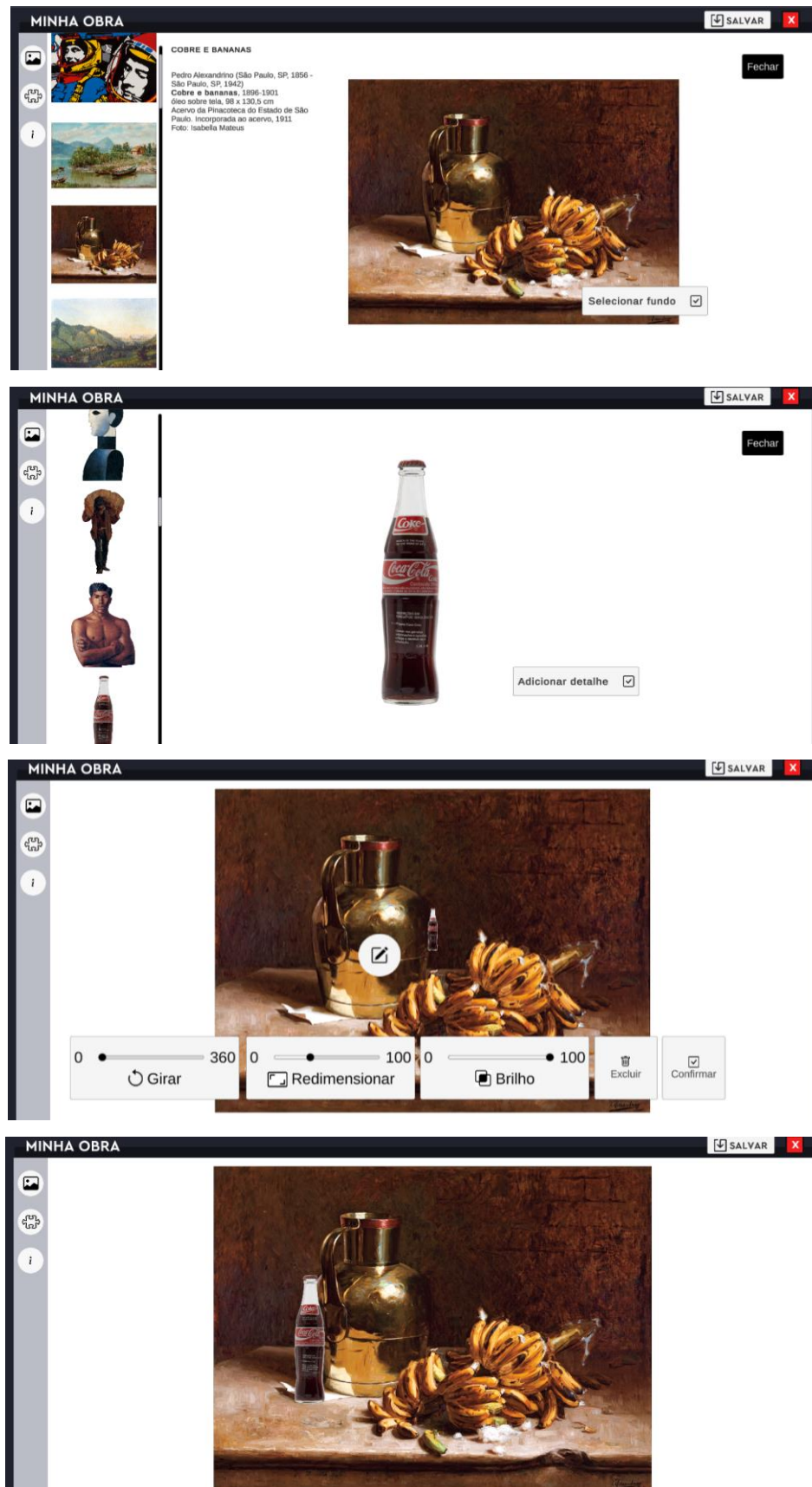
telas da Figura 44. São exercícios simples, semelhantes à colagem, que transformam o visitante em autor, incentivando a criatividade e experimentação do público, especialmente dos jovens. Como coloca Júlio Plaza (2013, p. 14): “A noção de ‘arte de participação’ tem por objetivo encurtar a distância entre criador e espectador. Na participação ativa o espectador se vê induzido à manipulação e exploração do objeto artístico ou de seu espaço”. Pode-se ainda adicionar uma camada extra de ação nas propostas da Pina: todas as imagens produzidas são passíveis de download e compartilhamento.

Figura 43 – Jogos disponíveis no site da Pina



Fonte: Capturas de tela do site do museu em 26 jun. 2023.

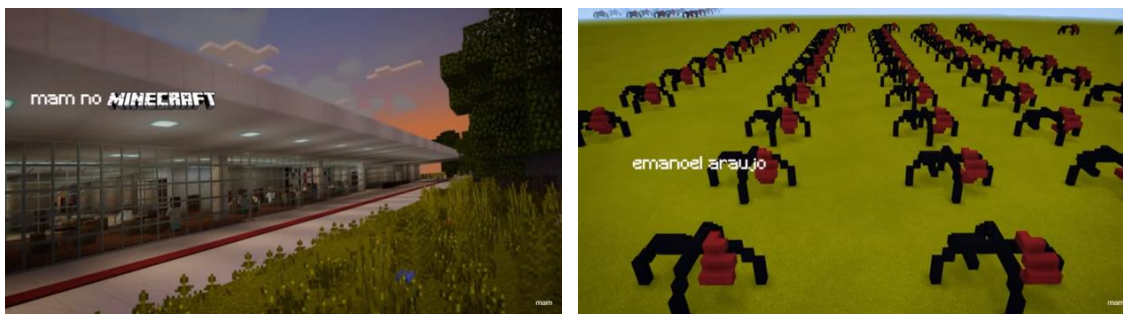
Figura 44 – Sequência de telas jogando o *Minha Obra*, da Pina



Fonte: Capturas de tela da plataforma do jogo em 26 jun. 2023.

O segundo exemplo é lido como mais inovador, pois além de interativo é imersivo: #mamnominecraft. Minecraft é um jogo 3D no qual os jogadores interagem com um ambiente modificável feito de blocos. Não há um único jeito de jogar, mas múltiplos, o que o torna extremamente popular. Uma das quatro edições mantidas é a *Education Edition*, interface desenvolvida especialmente para o ambiente escolar, na qual o MAM-SP criou em 2021 o primeiro museu brasileiro, em parceria com a Microsoft e a agência Africa. A iniciativa propicia um espaço virtual de engajamento com a instituição, por meio de reproduções de ambientes internos e externos e obras do acervo (Figura 45). Nesse espaço, o jogador participa de atividades, desafios e propostas de aula – no site do MAM são disponibilizadas quatro: “Descobrimo o MAM no Minecraft”, “Introdução ao Concretismo”, “Introdução ao Neoconcretismo”, “Introdução ao Jardim de Esculturas”. A escolha dos movimentos artísticos se deu de modo a aproveitar a estética de blocos do jogo, vinculando-os a formas geométricas. Além disso, “O educativo do museu realizou formações, oficinas e visitas virtuais dentro e fora da plataforma do jogo para professores, educadores, artistas, jogadores e interessados em geral em 18 encontros ao longo do ano” (MAM-SP, 2021).

Figura 45 – Frames do vídeo de apresentação do MAM no Minecraft



Fonte: Site do museu.

Independentemente da linguagem adotada, os conteúdos digitais imprimem um alcance muito além do possível no espaço físico e reforçam as noções de disponibilidade e *tempo atemporal*, com um acesso que se dá no tempo e no ritmo dos usuários. Por isso, especialmente depois da pandemia,

O foco do debate tem sido as possibilidades híbridas *on-line/off-line*, deixando perceber que ter flexibilidade é indispensável para propor novos caminhos. As práticas *on-line* não suprem o contato físico com as artes visuais, almejado tanto pelo público quanto pelas instituições; entretanto, procedimentos híbridos, capazes de articular processos e produtos poderiam ser pensados para promover formas múltiplas e inclusivas de habitar o mundo da arte (BULHÕES, 2022b, p.193-194).

Assim, ao mesmo tempo em que o ambiente virtual passa a ser melhor aproveitado pelos museus de arte, seus edifícios começam a incorporar tecnologias, como *QRcodes* que agregam informações sobre obras e artistas, totens para consulta de acervo local, telas que comunicam a programação. Conforme demonstrado ao longo desta pesquisa, muitas dessas transformações e as reflexões que delas se originam podem ser observadas nos sites das instituições, seus repositórios digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo o museu um repositório cultural e o seu site, um repositório digital do museu, buscou-se olhar para esse canal como uma possibilidade de se compreender um pouco mais sobre essas instituições e o próprio sistema. Para tanto, selecionou-se oito museus para investigação de suas páginas na web: MARGS, MON, Pina, MAM-SP, MASP, MAM-RJ, MAM-BA, Inhotim. O disparador das análises e reflexões foi um exercício de mapeamento dos menus, tendo em vista que esse instrumento organiza e estrutura os conteúdos encontrados em todo o canal, apontando padrões e tendências. A partir dele, então, se produziu um conjunto de nuvens semânticas que colocaram variados termos em evidência – tais como *sobre*, *patrocinadores*, *relatório*, *pesquisa*, *acervos*, *exposições*, *conservação*, *programação*, *visite*, *ingressos*, *loja*, *educativo*, *cursos*, *atividades*, *publicações*, *vídeos* etc. A primeira observação feita foi que eles suscitam conexões com o tradicional tripé da museologia (preservação, pesquisa e comunicação) e com influências capitalistas contemporâneas (lógica de mercado e avanços tecnológicos). Um aspecto que tradicionalmente não é abordado nesta área.

Outra questão pontuada é que a transparência surge associada à visibilidade e à disponibilidade, uma vez que, para além de discursos, inúmeros materiais estão acessíveis nessas plataformas. Aqui, destacam-se as possibilidades de enxergar quadros profissionais e grupos de patrocinadores, importantes quando se pensa em práticas e posicionamentos institucionais, e de acessar relatórios de atividades, quando publicados – casos do MASP, MAM-RJ e MAM-SP –, pois, ao explicitarem dados de diferentes áreas (comunicação, gestão, financeiro), esses últimos favorecem uma melhor compreensão do funcionamento desses espaços culturais. Pensando que leis e editais de fomento à cultura e incentivos fiscais são recursos públicos, que financiam parcial ou totalmente os museus nacionais, a maior transparência que a internet oportunizou tornou a prestação de contas acessível não só aos órgãos governamentais, mas à população, que passa a ter um instrumento de acompanhamento e de cobrança de ações. Essa visibilidade também abre novas possibilidades de pesquisas e análises.

Mesmo tendo ciência das desigualdades de conectividade e da opacidade dos *inputs* tecnológicos, é impossível não mencionar democratização quando se fala em cibercultura, especialmente em decorrência do modelo comunicacional todos-todos que ela proporcionou. Em se tratando dos museus, tal questão perpassa a sua função social, isto é, não apenas de legitimação da produção artística, mas de atuação na sociedade,

contribuindo para debates relevantes e instituindo programas mais inclusivos e diversos. Papel que ganha novas proporções no ambiente digital, que facilita a organização e cooperação social na demanda por mais abertura e diálogo por parte de governos e entidades, e que também proporciona diferentes formas de circulação de conhecimento e um alcance muito além de territórios geográficos específicos. Nesse contexto, diversas pautas ganharam força e visibilidade, desencadeando movimentos de mudança. Dentre eles, ressalta-se uma efervescência de práticas descoloniais nos âmbitos das coleções e exposições – identificadas já nas páginas iniciais dos websites dos museus analisados, por meio de uma programação com maior enfoque em artistas racializados e mulheres. Entretanto, ressalta-se que as velhas estruturas permanecem e que os cargos de poder continuam sendo majoritariamente ocupados por sujeitos de um mesmo grupo, demarcando um campo em constante disputa.

Frente a uma sociedade capitalista, globalizada e cada vez mais conectada, a tecnologia ultrapassou o seu caráter técnico, instrumental, para se tornar central nas formas de organização sócio-econômico-cultural. Nesse contexto, ao qual se soma a visibilidade como condição *sine qua non* de existência, parece natural que estratégias comunicativas e de marketing tenham se alastrado e ganhado destaque nas instituições artísticas. Salienta-se a forte presença de elementos como “loja”, “ingressos” e “patrocinadores”. Os museus são então marcas, providos de identidades visuais (logos) e linhas de produtos comerciais, buscando novas formas de captação de recursos, ampliando pontos de contato com os diferentes públicos (a partir de *newsletters* e uso das redes sociais), renovando formas de apresentação de conteúdos (agora digitais: textos, áudios, vídeos, jogos).

Com a digitalização, tudo que não é produzido digitalmente pode ser digitalizado, o que impacta a produção, a circulação e o consumo culturais, como mencionado mais de uma vez nesta dissertação. Nesse sentido, atenta-se para os sites como cartão de visitas dessas instituições, mas, sobretudo e cada vez mais, como espaço de interação. Enquanto a net arte não adentra o espaço museológico (e seu acervo), a disponibilização de obras materiais na internet se coloca como um desafio aos museus nacionais, seja por carência de verba, equipes qualificadas ou pela necessidade de constante atualização. Olhando para os exemplos investigados, percebe-se que, mesmo com protocolos específicos, há uma pluralidade de formatos de apresentação das coleções: dos mais simples, sem recursos de pesquisa e filtros – considerados básicos hoje em dia –, mais próximos de uma galeria de imagens (MAM-RJ, MAM-BA e o

MARGS), passando por intermediários, em que começam a despontar essas ferramentas interativas (Inhotim, MASP), até as interfaces de repositórios, que oferecem um maior número de opções e ações possíveis (MAM-SP e Pinacoteca). Aponta-se o MON como um caso à parte, pois, ao mesmo tempo em que fornece páginas de coleções relativamente completas, com informações e imagens, sua pesquisa em acervo funciona em uma plataforma externa, que agrupa diferentes instituições do Paraná, dificultando seu acesso. Outro ponto a destacar é a ausência do total de itens on-line na maioria dos museus (à exceção do MAM-SP e da Pina), que, até onde se conseguiu verificar, é muito limitado frente ao acervo físico. Isto é, por mais que os museus estejam dispostos a disponibilizar suas coleções na internet, ainda há um longo caminho a ser percorrido até que elas sejam efetivamente acessíveis nesse meio.

Para além das reproduções digitais, outra forma de explorar os acervos nos sites, mais imersiva, são os tours virtuais. De modo geral, nesse quesito apenas dois museus não utilizam plataformas próprias para a atividade: Inhotim e MON, que fazem uso do Google Street View. O primeiro apresenta certo direcionamento a partir de locais e trabalhos pré-selecionados, enquanto o segundo permite antes a visitação ao espaço arquitetônico do que às exposições. Aponta-se ainda que Pina e MAM-RJ contaram com vídeos inseridos em pelo menos duas mostras específicas: *OS GÊMEOS* e *Hélio Oiticica: a dança na minha experiência*, o que torna a atividade mais dinâmica e explora ainda mais os recursos tecnológicos, de modo a enriquecer a experiência e fugir do lugar comum da simulação.

Independentemente da modalidade adotada, a disponibilização de acervos on-line contribui para que as instituições alcancem mais e novos públicos. Nessa mesma perspectiva, da ordem do disponível, também estão os diversos conteúdos produzidos e/ou ofertados no meio digital, como *podcasts* (Inhotim), *playlists* (Pina), mídias assistivas (MON, MAM-SP, MAM-BA), vídeos curtos e longos e jogos (Pina, MAM-SP). É interessante observar que a maioria dos exemplos apresentados foi elaborada durante a pandemia, reforçando esse momento como catalisador na integração entre instituições museológicas de arte e internet. Porém, atenta-se para a continuidade das iniciativas, afinal, o que foi implementado e demonstrou resultados positivos, seguirá fazendo parte da programação? Olhando para os dados de participação e alcance de proposições no cenário on-line, que surpreenderam positivamente as instituições, quantos cursos e exposições virtuais aconteceram após a reabertura dos espaços físicos? Ou quais projetos estão sendo desenvolvidos para seguir aproveitando as oportunidades

do digital? Que ritmo tem a digitalização dos acervos hoje em dia? É importante que não se retorne à parca atuação de antes e que se estabeleça um ritmo constante de produção e exploração do meio.

O fato é que a cibercultura mudou os hábitos de consumo da sociedade contemporânea, que demanda atualizações do campo artístico para que ele possa fazer parte do seu cotidiano: hiperconectado e veloz. Diante disso, a aproximação entre arte e vida é mediada e mediatizada, especialmente por materiais audiovisuais, que ao mesmo tempo em que reforçam a compressão temporal (possibilidade de realização de diversas tarefas simultaneamente), propiciam outros espaços de recepção e interação artísticas (casa, carro, trabalho, rua). Isso posto, frente à superação da dicotomia entre real e virtual e do mito da substituição, reforça-se que o debate atual se dá em torno de atuações híbridas (*on* e *off-line*), as quais podem ser pensadas para promoção de formas mais inclusivas no mundo da arte.

REFERÊNCIAS

Abecedário Virginia Kastrup: Cartografias da Invenção (2019). 1 vídeo (2h24min). YouTube, 6 de nov. 2019. Publicado pelo canal CINEAD LECAV. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=mTWns8ACYDU&ab_channel=CINEADLECAV. Acesso em 15 out. 2022.

ARNABOLDI, Michela; LEMA, Melisa L. Diaz. The participatory turn in museums: The on-line facet. *Poetics*, v.89, p. 1-13. 2021.

BALBI, Clara. Acessos ao Google Arts and Culture mais que dobram durante a pandemia. **Folha de S.Paulo** [on-line], São Paulo, 02 de junho de 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/06/acessos-ao-google-arts-and-culture-mais-que-dobram-durante-a-pandemia.shtml>. Acesso em: 19 fev. 2021.

BARRANHA, Helena. Derivative Narratives: The Multiple Lives of a Masterpiece on the Internet. *Museum internacional*, [on-line], v.70, n.277-278, p. 22-33, jan. 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/329937084_Derivative_Narratives_The_Multiple_Lives_of_a_Masterpiece_on_the_Internet. Acesso em: 19 nov. 2021.

BEIGUELMAN, Giselle. Atropelados pela pandemia, museus rastejam na internet. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, ano 100, n.33.277, p.40, 17 abr. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/04/atropelados-pela-pandemia-museus-rastejam-na-idade-da-pedra-da-internet.shtml>. Acesso em: 20 jan. 2021.

_____. **Arte pós-virtual: criação e agenciamento no tempo da internet das coisas e da próxima natureza**. In: *Cyber-arte-cultura: a trama das redes* [S.l.: s.n.], 2013. Disponível em: https://www.desvirtual.com/web/wp-content/uploads/2015/03/GiselleBeiguelman_arte_pos_virtual.pdf. Acesso em: 13 fev. 2021.

BELTING, Hans. **O fim da história da arte – uma revisão dez anos depois**. Tradução: Rodnei Nascimento. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

BERGER, Maurice. **Os museus de arte são racistas?** In: *MASP AFTERALL. Arte e descolonização*, 2020. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/temp/temp-tX1yhi1ja7EbF1P0HWAj.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2023.

BISHOP, Claire. **Radical Museology or, What's 'Contemporary' in Museums of Contemporary Art**. Londres: Koenig Books, 2013.

BOURDIEU, Pierre. O Mercado de Bens Simbólicos. In: _____. **A economia das trocas simbólicas**. 3ed. São Paulo: Perspectiva, 1992. p. 99-181.

BULHÕES, Maria Amélia. **Desafios: arte e internet no Brasil**. Porto Alegre: Zouk, 2022a.

_____. Museus de arte, das práticas coloniais aos desafios da virada digital. **MODOS: Revista de História da Arte**, Campinas, SP, v. 6, n. 2, p. 179-200, mai.2022b.

Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/mod/article/view/8668410>. Acesso em 10 out. 2022.

_____. O ciberespaço como lugar de produção artística. **dat journal**, São Paulo, v.5, n.3, p. 113-125, out. 2020. Disponível em:

<https://datjournal.anhemi.br/dat/article/view/244/195>. Acesso em: 29 jan. 2021.

_____. Transterritórios: campo da arte e da internet. **Visualidades**: revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual. Vol. 8, n.1, 2010. p. 11-21. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/18207/10860>. Acesso em: 16 nov. 2022.

_____. A arte como valor e a atuação das instituições museológicas. **Porto Arte**, Porto Alegre, v.11, n.20, p. 39-49, mai. 2000. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/PortoArte/article/view/27876/16483>. Acesso em: 13 fev. 2021.

CASTELLS, Manuel. **Os museus na era da informação: conectores culturais de tempo e espaço**. In: BARRANHA, Helena; MARTINS, Suasana S.; RIBEIRO, António Pinto (ed.). *Museus sem lugar. Ensaio, manifestos e diálogos em rede*. Lisboa, 2015. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/15209/1/museus_sem_lugar.pdf. Acesso em: 20 abr. 2023.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COCOTLE, Brenda Caro. **Nós prometemos descolonizar o museu: uma revisão crítica da política museal contemporânea**. MASP AFTERALL. 2019. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/temp/temp-X87a1s0ahKuQghS3VJ4D.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2022.

CORONA, Lara. **Museums and Communication: The Case of the Louvre Museum at the Covid-19 Age**. *Humanities and Social Science Research*, v.4, n.1, p. 15-26. 2021. Disponível em: <https://j.ideasspread.org/index.php/hssr/article/view/776/687>. Acesso em: 10 ago. 2022.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (ed.). **Conceitos-chave de museologia**. Tradução e comentários de Bruno Brulon Soares e Marília Xavier Cury. São Paulo: ICOM Brasil, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Secretaria do Estado da Cultura, 2013. Disponível em: https://www.icom.org.br/wp-content/uploads/2014/03/PDF_Conceitos-Chave-de-Museologia.pdf. Acesso em: 23 nov. 2022.

DI FELICE, Massimo. **Auréola digital: a crise dos pontos de vista centrais e o fim do direito exclusivo da edição das informações**. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene (org.). *Redes Sociais, Comunicação, Organizações*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012. p.147-166.

FETTER, B. Das reconfigurações contemporâneas do(s) sistema(s) da arte. **MODOS**: Revista de História da Arte. Campinas, v. 2, n.3, p.102-119, set. 2018. Disponível em:

<http://www.publion-line.iar.unicamp.br/index.php/mod/article/view/1077>. Acesso em: 23 nov. 2022.

GASPARETTO, Débora Aita. **Arte digital no Brasil e as (re)configurações no sistema da arte**. 2016. 289f. Tese (Doutorado em Artes Visuais) – Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/150958/001010287.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 30 mar. 2021.

GOOGLE. Site Google Arts & Culture. Sobre. [s.d.]. Disponível em: <https://about.artsandculture.google.com/>. Acesso em: 08 mai. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Hélio Menezes – Arte afro-brasileira: entre o visível e o oculto | Presença Negra no MARGS. YouTube. 17 de jun. de 2021. 1h47'13". Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=77mKxUNSQzw&ab_channel=MARGS%E2%80%9393MuseudeArtedoRioGrandedoSul. Acesso em: 07 jul. 2023.

HENRIQUES, Rosali. Museus virtuais e cibermuseus: a internet e os museus. **El profesional de la información**, v.27, n.3, p. 642-650, mai-jun. 2018. Disponível em: http://sinproconhecer.sinprolondrina.com.br/wp-content/uploads/2017/10/museus_virtuais_e_cibermuseus_-_a_internet_e_os_museus.pdf. Acesso em: 12 ago. 2022.

IBRAM. **Acervos digitais nos museus: manual para realização de projetos**. Instituto Brasileiro de Museus; Universidade Federal de Goiás. Brasília, DF: Ibram, 2020. 140p. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2021/05/Acervos-Digitais-nos-Museus.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2019.

ICOM BRASIL. **ICOM aprova Nova Definição de Museu**. 2022. Disponível em: <http://www.icom.org.br/?p=2756>. Acesso em: 14 nov. 2022.

_____. **Dados para navegar em meio às incertezas: Sumário Executivo – Resultados da pesquisa com profissionais e públicos de museus**. ICOM Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.icom.org.br/?p=2121>. Acesso em: 19 fev. 2021.

INSTITUTO INHOTIM. Inhotim. Página inicial. Disponível em: www.inhotim.org.br. Acesso em: 31 mar. 2023.

KATZ, Jezabel N. **Comunicação, identidade e imagem: oficinas da Fundação Iberê Camargo nos eventos do Facebook**. 2019. 102 p. TCC (Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS, Porto Alegre, RS, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/200368/001102214.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 09 jul. 2021.

KUNSCH, M, K. Comunicación organizacional en la era digital: contextos, recursos y posibilidades. **Signo Y Pensamiento**, Sevilla, v.26 n.51, p 38-51, jul/dez 2007.

Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/n51/n51a05.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2022.

LEMOS, André. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária** / André Lemos e Pierre Levy. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed.34, 1999.

MAISCODE. O que é um site e para que serve?. maiscode, 2016. Disponível em: <https://maiscode.com.br/o-que-e-um-site-e-para-que-serve/>. Acesso em: 11 ago. 2022.

MIGNOLO, Walter. **The Darker Side of Western Modernity – Global Futures, Decolonial Options**. EUA: Duke University Press, 2011.

MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL ADO MALAGOLI. MARGS. Página inicial. Disponível em: www.margs.rs.gov.br. Acesso em: 31 mar. 2023.

_____. MARGS lança Programa Público que propõe o debate e a reflexão sobre a presença e representatividade de artistas negros/as no acervo do Museu e no sistema da arte. Confira a programação geral. c.2021. Disponível em: <https://www.margs.rs.gov.br/noticia/presenca-negra-no-margs/>. Acesso em: 15 jul. 2023.

MUSEU DE ARTE MODERNA DA BAHIA. MAM-BA. Página inicial. Disponível em: www.mam.ba.gov.br. Acesso em: 31 mar. 2023.

MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO. Relatório anual de 2021 / Eloise Zadig Pereira Gomes de Martins (coord.). São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2022. Disponível em: <https://admin.mam.org.br/wp-content/uploads/2022/05/2022-04-29-mam-ra.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

_____. Relatório anual de 2021 / Eloise Zadig Pereira Gomes de Martins (coord.). São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2021. Disponível em: <https://mam.org.br/wp-content/uploads/2021/07/2021-07-22-mam-ra-digital-compactado.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

_____. MAM-SP. Página inicial. Disponível em: www.mam.org.br. Acesso em: 31 mar. 2023.

MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO ASSIS CHATEAUBRIAND. Relatório anual de atividades MASP 2020 / Daniela Lopes Cotrim (coord.). São Paulo: MASP, 2021. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/about-governance-items/IdLml5FhbcxYxoM8I2IEDs8KZszInhHW.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

_____. Relatório anual de atividades MASP 2021 / Thais Gouveia (coord.). São Paulo: MASP, 2022. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/about-governance-items/CRIImHyWfMyoigyZ6nwxWQbwRc1DSDwC.pdf>. <https://assets.masp.org.br/uploads/about-governance-items/IdLml5FhbcxYxoM8I2IEDs8KZszInhHW.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

_____. MASP. Página inicial. Disponível em: www.masp.org.br. Acesso em: 31 mar. 2023.

MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO. Relatório de atividades MAM Rio 2021 / Márion Strecker; Juliana Travassos (org.). Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: https://mam.rio/wp-content/uploads/2022/10/MAM-Rio_Relatorio-anual-2021_pag-simples_P.pdf. Acesso em: 28 abr. 2023.

_____. Relatório de atividades 2020 / Márion Strecker (org.). Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna, 2021. Disponível em: <https://mam.rio/wp-content/uploads/2021/09/MAMRelatoriodeAtividades-2020.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

_____. MAM-RJ. Página inicial. Disponível em: www.mam.rio. Acesso em: 31 mar. 2023.

MUSEU OSCAR NIEMEYER. Relatório anual 2022. Curitiba: MON, 2022. Disponível em: https://museuoscarniemeyer.cdn.prismic.io/museuoscarniemeyer/ff72e2cd-fd01-47be-a27f-232251c48045_AF_Relato%CC%81rio+Anual_2022.pdf. Acesso em: 28 abr. 2023.

_____. MON. Página inicial. Disponível em: www.museuoscarniemeyer.org.br. Acesso em: 31 mar. 2023.

NEIVA, Rodrigo César S.; BASTOS, Fernanda de Oliveira Silva; LIMA, Fábica Pereira. **A perspectiva relacional das redes sociais no contexto da comunicação organizacional**. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene (org.). Redes Sociais, Comunicação, Organizações. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012. p.185-199.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco**: a ideologia do espaço da arte. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

OLIVEIRA, Emerson Dionisio Gomes de. O museu no Instagram: arte, exposição e a visibilidade de práticas museológicas. **Museologia & Interdisciplinaridade**, v.9, n.especial, p. 103-131, dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/31740/28190>. Acesso em: 02 out. 2021.

OLIVEIRA, E. D. G. de O.; COUTO, M. de F. M.; MALTA, M. Toda instituição é um acontecimento político. **MODOS**: Revista de História da Arte, Campinas, SP, v. 6, n. 2, p. 01–19, mai.2022. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/mod/arti-cle/view/8669372>. Acesso em: 05 mai. 2023.

PATRIOTA, Karla Regina Macedo P.; PIMENTA, Rodrigo Duguay da Hora. **Da Mídia 2.0 para a Mídia 3.0: perspectivas da próxima onda na Web**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31., 2008, Natal. Anais eletrônicos... Natal: INTERCOM, 2008. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1902-1.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2019.

Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros: TIC Cultura 2020 [livro eletrônico]. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (ed.). 1. ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-equipamentos-culturais-brasileiros-tic-cultura-2020/>. Acesso em: 20 fev. 2019.

PINACOTECA DE SÃO PAULO. Pinacoteca. Página inicial. Disponível em: www.pinacoteca.org.br. Acesso em: 31 mar. 2023.

PLAZA, Julio. ARTE E INTERATIVIDADE: autor-obra-recepção. **ARS** (São Paulo), 1(2), 09.29, 2013. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/cap/ars2/arteeinteratividade.pdf>. Acesso em: 29 mai. 2023.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina**. In: A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais – Perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2005, pp. 117–142. Disponível em: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/sur-sur/20100624103322/12_Quijano.pdf. Acesso em 10 out. 2022.

QUINTERO, Pablo; FUIGUEIRA, Patricia; ELIZALDE, Paz Concha. **Uma breve história dos estudos decoloniais**. MASP AFTERALL. 2019. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/temp/temp-QE1LhobgtE4MbKZhc8Jv.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2022.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBAS, Cristina. Complexidade, cartografia de. **Indisciplinar**, [S. l.], v. 2, n. 3, p. 73–94, 2016. Disponível em: <https://www.periodicos.ufmg.br/index.php/indisciplinar/article/view/32777>. Acesso em 24 maio. 2022.

SANTAELLA, Lucia. **Arte, ciência & tecnologia: um campo em expansão**. IN: GOBIRA, Pablo (org.) Percursos contemporâneos: realidades da arte, ciência e tecnologia. Belo Horizonte: EdUEMG, 2018. Disponível em: https://editora.uemg.br/images/livros-pdf/catalogo-2018/Percursos/2018_Percursos_contemporaneos_1.pdf. Acesso em: 29 mar. 2023.

_____. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. 4ed. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** 3ed. São Paulo: Paulus, 2008.

UNESCO. **Recomendação referente à Proteção e Promoção dos Museus e Coleções, sua Diversidade e seu Papel na Sociedade**. Brasília, 2017. Disponível em: <http://www.icom.org.br/wp->

content/uploads/2017/05/RecomendacaoProtecaoMuseuseColecoes.pdf. Acesso em: 26 set. 2022.

WU, Chin-tao. **Privatização da cultura**: a intervenção corporativa na arte desde os anos 1980. Tradução: Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boi-tempo, 2006.

ANEXOS

MASP – Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand



MASP

**ACERVO
EM TRANSFORMAÇÃO
DESDE 11.12.2015** ✓



**EXPOSIÇÃO
MAHKU
MIRAGENS** +

INGRESSOS	+
HORÁRIOS	+
COMO CHEGAR	+

MASP

EM EXPAN- SÃO

UM MUSEU
PARA O FUTURO



MASP
360°

Beatriz Milhazes

Avenida Paulista

MASP MUSEU DE ARTES DE SÃO PAULO ASSIS CHATEAUBRIAND

APOIE O MUSEU

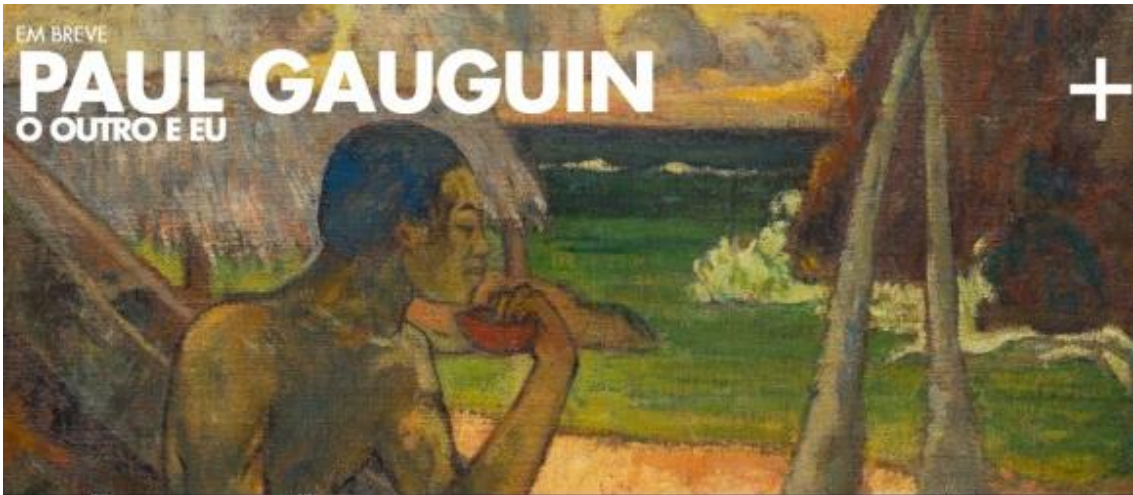
CONHEÇA
O EMPRESA
AMIGA MASP

Um programa de benefícios culturais
para sua empresa

Entrada ilimitada e sem filas no MASP.
Acesso a cursos e eventos exclusivos do MASP.
Gratuidades e descontos em +15 museus, teatros
e cinemas em todo o Brasil e outras atividades.

AMIGO
MASP





EM BREVE

PAUL GAUGUIN

O OUTRO E EU



SOBRE O MUSEU



NEWSLETTER

INSIRA SEU EMAIL

OK

CONECTE-SE



MASP
MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO
ASSIS CHATEAUBRIAND

Av. Paulista, 1578
01310-200 São Paulo-Brasil
+55 11 3149 5959
CNPJ 60.664.745/0001-87

SOBRE O MASP
IMPrensa
FALE CONOSCO
OUVIDORIA
POLÍTICA DE PRIVACIDADE



MINISTÉRIO DA
CULTURA



MAM-BA – Museu de Arte Moderna da Bahia

[Visite](#) [Programação](#) [Educativo](#) [Acervo](#) [Blog](#)

O MAM está com estacionamento limitado em função do Projeto Sollar Baía que perdura até Abril/2023. Por favor, evite vir de carro para o Museu. Dê preferência para chegar com veículos de aplicativo! O Patrimônio edificado e natural do Solar do Unhão agradece!

Museu de Arte Moderna da Bahia
 'UANGA', Nova Exposição, Terça a Domingo, de 13h às 18h
 'Entreatos do Acervo' De 02/03 a 02/04, Terça a Domingo, de 13h às 17h
 '100 Anos Rubem Valentim' (Mirante do MAM) e o 'Museu de Arte Popular' (Espaço Lina), de terça a domingo, das 13h às 18h).

[Veja mais](#)

Confira a nossa programação!

[Programação completa →](#)

ENCRUZILHADA

LANÇAMENTO DO LIVRO E FILME
SOBRE A EXPOSIÇÃO
QUINTA 19-01-2023 - A PARTIR DAS 16h

**Catálogo e Filme
ENCRUZILHADA serão lançados
no dia 19 de janeiro no MAM**

16 De Janeiro De 2023 ·
Nenhum Comentário

O diálogo criado entre o acervo do Museu de Arte Moderna (MAM-Bahia) e a coleção...

[Leia mais](#)

Livro sobre Rubem Valentim a ser lançado amanhã (20) integra Edições PINAKOTHEKE e iniciativa do Itaú Cultural

19 De Dezembro De 2022 ·
Nenhum Comentário

A palestra ilustrada é gratuita a partir das 17h, no Espaço Rubem Valentim do MAM-Bahia,...

[Leia mais](#)

PALESTRA e LANÇAMENTO de LIVRO

**RUBEM VALENTIM 1922-1991
SAGRADA GEOMETRIA
BENÉ FONTELES**

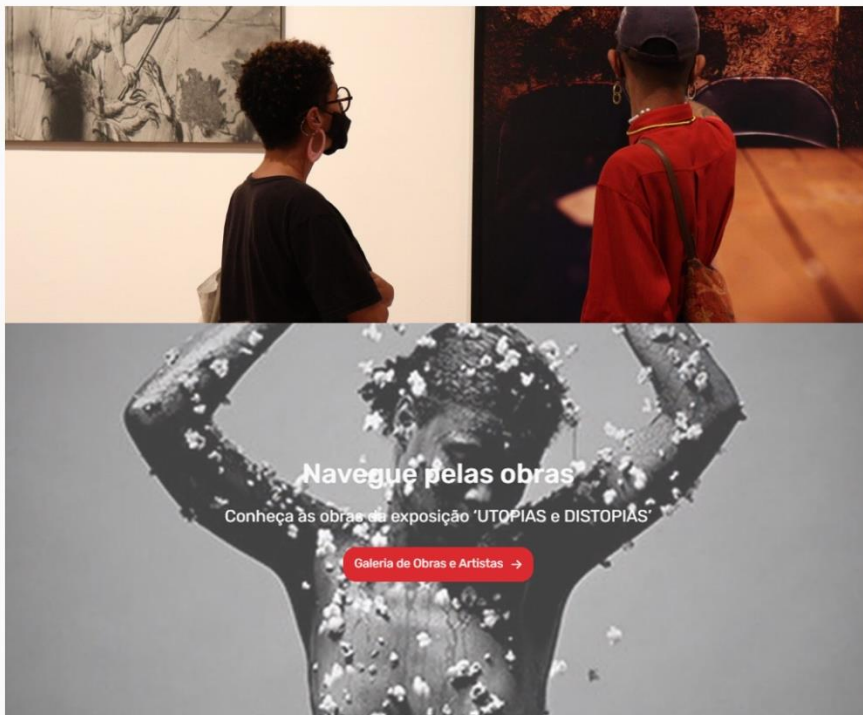
Dia 20.12 às 17h
Museu de Arte Moderna - MAM Bahia

SAGRADA GEOMETRIA – a maior e mais completa biografia de Rubem Valentim será lançada no MAM nesta terça (20)

15 De Dezembro De 2022 ·
Nenhum Comentário

O evento que acontece às 17h no Espaço Rubem Valentim do MAM-Bahia, contará com palestra...

[Leia mais](#)

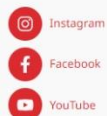


Navegue pelas obras

Conheça as obras da exposição 'UTOPIAS e DISTOPIAS'

[Galeria de Obras e Artistas ->](#)

Redes Sociais



Funcionamento

'UANGA', Terça a Domingo, de 13h às 18h

'Entreatos do Acervo', De 02/03 a 02/04,
Terça a Domingo, de 13h às 17h

'100 Anos Rubem Valentim' (Mirante do
MAM) e o 'Museu de Arte Popular' (Espaço
Lina), de terça a domingo, das 13h às 18h).

Cinema, Café e Pátios - 13h às 19h.

Entrada gratuita.

Contato

Secretaria
(71) 3117-6132 / (71) 3117-6139
(Seg - Sex: 9h às 12h - 13h às 16h)

Assessoria de Comunicação
ascom.mamba@gmail.com

Visitas Guiadas
educativo@ipac.ba.gov.br
(em atenção à Isabel Gouvêa)


Ensaio Fotográfico
fotografia.mamba@gmail.com

Localização

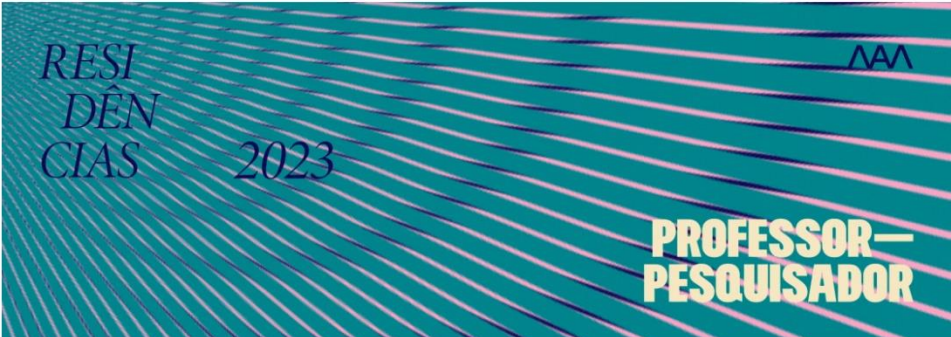
Av. Lafayette Coutinho, s/n - Comercio, Salvador - BA, 40060-110



MAM-RJ – Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro



Museu de Arte Moderna
Rio de Janeiro

[Visite](#) [Programação](#) [Artes Visuais](#) [Cinemateca](#) [Educação](#) [Pesquisa](#) [Residências](#) [Publicações](#) [Apole](#) [Sobre](#) Q




RESIDÊNCIAS 2023

PROFESSOR — PESQUISADOR




Individual "AQUI ESTAMOS", de UÝRA

Parte do programa de exposições Supernova, a mostra apresenta a produção do artista com foco nas histórias das diásporas indígenas.




Em cartaz a exposição "Ato de revolta"

"Ato de revolta: outros imaginários sobre independência" reúne um time de 16 artistas contemporâneos e acervos de instituições brasileiras.




Inscrições abertas para a residência Professor-pesquisador

Residência voltada para professores de qualquer disciplina, interessados em arte, cultura e educação, atuantes em escolas da rede municipal de ensino.




Beija-Flor de Nilópolis no MAM Rio

A bandeira "Por um novo nascimento", criada para o desfile da Beija-Flor de Nilópolis neste carnaval, passa a integrar a exposição "Ato de revolta".




Artes visuais, educação e cinema no YouTube

O canal de YouTube do MAM Rio reúne entrevistas com artistas, visitas pelas exposições, oficinas criativas, conversas sobre cinema e muito mais.




Obra de Rubem Valentim é tema de vídeo da série "AniMAM"

A dupla Nyara Santana e JOCA aborda a produção artística de Rubem Valentim, nome fundamental da arte brasileira.




Faroeste feminino na Cinemateca do MAM

A mostra destaca o protagonismo das mulheres na história do western, colocando em evidência personagens em algumas das obras do gênero.




Confira a programação de abril no MAM Rio


Consulte a programação mensal completa de exposições, filmes, mostras, oficinas e eventos especiais do MAM Rio.




Oficinas, cursos e visitas às exposições do MAM Rio



Coleção 8 do Clube de Colecionadores



Conheça as publicações lançadas pelo museu



Colabore com o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro



Patrocinio Estratégico



Patrocinio Master



Av. Infante Dom Henrique, 85
Parque do Flamengo
Rio de Janeiro

(21) 3883-5600

Entre em contato

Receba a programação
do MAM Rio

Insira seu e-mail



MAM-SP – Museu de Arte Moderna de São Paulo

mam

Busca Texto A+ / A- PT / EN E-mail para newsletter OK

visite ▾ exposições ingressos agenda coleção ▾ pesquise ▾ educativo ▾ cursos apoie ▾

IANELLI 1000

AMIS

exposição até 14 mai 23

A biblioteca de Aracy Amaral

referências e exposições

biblioteca do mam
exposição até 14 jul 23

seja um colecionador

tour virtual pelas exposições do MAM
Confira o tour virtual, produzido pela 3D Explora, de algumas exposições do museu nos últimos anos.

Blog

Agenda

09 de abril, 2023
Caça obras no Jardim de Esculturas com mam educativo
Caça obras no Jardim de Esculturas é uma atividade

[sobre o mam](#)
[imprensa](#)
[transparência](#)

[contato](#)
[trabalhe conosco](#)
[núcleo contemporâneo](#)

[incentivadores da arte](#)
[política de privacidade e termos de uso](#)

Desenvolvido por Sites WP

Pina - Pinacoteca de São Paulo

The screenshot shows the website interface for the Pinacoteca de São Paulo. At the top, there is a navigation bar with the São Paulo logo, social media icons, and a search bar. Below the navigation bar is a large banner image of the building's facade with the word 'PINACOTECA' visible. A 'COMPRAR INGRESSO' button is located in the top right corner of the banner. Below the banner, the main heading 'EXPOSIÇÕES EM CARTAZ' is displayed. Underneath, there is a link for 'TODAS AS EXPOSIÇÕES'. Three exhibition cards are shown in a grid:

- Denilson Baniwa: Escola Panapaná**

EXPOSIÇÕES | EDIFÍCIO PINA LUZ

Denilson Baniwa: Escola Panapaná

Com uma narrativa indígena mítica baniwa, a instalação de Denilson faz analogia ao tempo do cultivo ao tempo do ensino, por meio da imagem de metamorfose de uma borboleta.

início | 18 mar 23
término | 30 jul 23
- Haegue Yang: Quase coloquial**

EXPOSIÇÕES | EDIFÍCIO PINA CONTEMPORÂNEA

Haegue Yang: Quase coloquial

Mostra da artista sul-coreana, Haegue Yang, conversa com história da arte brasileira e passa por esculturas, instalações, obras em papel, fotografia e mais.

início | 04 mar 23
término | 28 maio 23
- Chão da praça: obras do acervo da Pinacoteca**

EXPOSIÇÕES | EDIFÍCIO PINA CONTEMPORÂNEA

Chão da praça: obras do acervo da Pinacoteca

Exposição inaugural da Pina Contemporânea reúne cerca de 60 obras de artistas, entre elas instalações e esculturas de grandes dimensões.

início | 04 mar 23
término | 30 jul 23

ATIVIDADES

CALENDÁRIO COMPLETO →



OFICINAS | EDIFÍCIO PINA LUZ

PinaFamília e PinaPequenos — Abril

Edição de abril do PinaFamília terá atividades criativas presenciais na Pina Luz e Pina Contemporânea.

data 09 abr 23



CAPACITAÇÃO | EDIFÍCIO PINA CONTEMPORÂNEA

Encontro com Professores: Arte Contemporânea

Encontro para discussão de diferentes suportes da Arte Contemporânea.

data | 01 abr 23 - 01 abr 23

inscrições | 15 mar 23 - 29 mar 23



PROJETOS | EDIFÍCIO PINA LUZ

Escola Panapaná: atividades artísticas

Atividades artísticas relacionadas à exposição "Denilson Baniwa: Escola Panapaná". Ministradas por convidados diversos, abrangem música, artes visuais, língua e mais.

data | 18 mar 23 - 29 jul 23

inscrições | 18 mar 23 - 25 jul 23

Assine nossa Newsletter

e acompanhe nossa programação

cadastre seu email

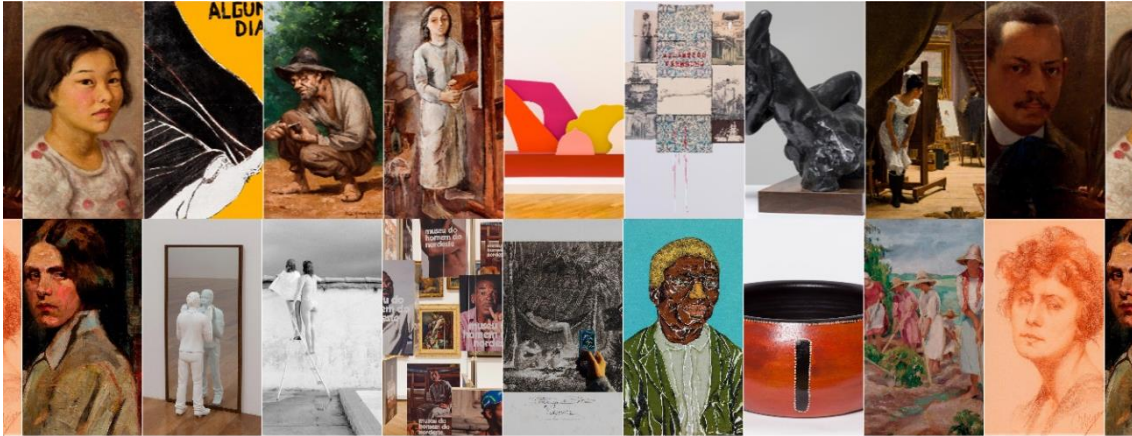


aceito receber informações sobre a programação da Pinacoteca de São Paulo

ACERVO

ACESSAR O ACERVO →






APOIE

Você pode apoiar a Pinacoteca e colaborar com nosso desenvolvimento de diversas formas.

Conheça o Programa de Amigos da Pinacoteca, veja como ser um Patrocinador do Museu e conheça nossos projetos.

SAIBA COMO PARTICIPAR →

Pina nas redes sociais



Instagram



Tik tok

Twitter



Pinacoteca de SP @pinacotecosp · 9 mar

Depois de muitos pedidos, o catálogo de Mulheres Radicais: arte latino-americana 1960-1985 está disponível novamente para venda em nosso site e loja física ❤️ Acesse: <https://pinacoteca.org.br/product/mulheres-radica...>

🗨️ 4 🍷 13 Twitter

Pinacoteca de SP @pinacotecas · 9 mar
Boas vindas à nova Pinacoteca Contemporânea ❤️ 📄

Pinacoteca de SP @pinacotecas · 16 fev
No catálogo, você confere todas as obras da exposição e uma entrevista exclusiva com a artista contando mais sobre o seu processo de como o trabalho transita por diferentes formatos. Marca nos comentários quem vai te dar esse presente.

Pinacoteca de SP @pinacotecas · 16 fev
Quer conferir tudo sobre a exposição Lenora de Barros: minha língua? O catálogo da exposição já está disponível em nossa loja online e física. 📄

FALE CONOSCO

ENVIE SUA MENSAGEM

Nome*

Email*

Telefone

Assunto*

Mensagem

aceito receber informações sobre a programação da Pinacoteca de São Paulo

enviar →

VISITAS EDUCATIVAS – GUIADAS

A abertura da agenda para visitas educativas para grupos (escolas ou outros) é feita sempre na 2ª segunda-feira do mês para visitas no mês seguinte. Os agendamentos são feitos exclusivamente por telefone nos números (11) 3324-0943/3324-0944, de segunda a sexta-feira, das 10h às 17h. Durante a ligação você poderá esclarecer todas as suas dúvidas e apontar quais são seus interesses pedagógicos. As visitas educativas acontecem de quarta à segunda, nos dias em que o museu está aberto.

Para fazer visitas espontâneas, sem educadores do museu, reserve os [ingressos aqui](#).

TRABALHE CONOSCO

Quer trabalhar na Pinacoteca de São Paulo?

Confira as vagas abertas na Associação Pinacoteca Arte e Cultura – APAC e/ou deixe seu currículo aqui!

[Acessar processos seletivos](#) →

IMPRENSA

Para entrar em contato com a Assessoria de imprensa da Pinacoteca de São Paulo, envie email para imprensa@pinacoteca.org.br.

Você pode solicitar releases e imagens, agendar entrevistas e filmagens.

PERGUNTAS FREQUENTES

Acesse abaixo as principais dúvidas e suas respostas.

[Acessar perguntas frequentes](#) →

EDIFÍCIOS

Pina_
LUZ

Praça da Luz, 2
+55.11.3324.1000
De quarta a segunda,
das 10h às 18h

Pina_
ESTAÇÃO

Lg. General Osório, 66
+55.11.3335.4990
De quarta a segunda,
das 10h às 18h

Pina_
CONTEMPORÂNEA

Avenida Tiradentes, 273
+55.11.3335.4990
De quarta a segunda,
das 10h às 18h

Assine nossa Newsletter
e acompanhe nossa programação

cadastre seu email

aceito receber informações sobre a programação da Pinacoteca de São Paulo

Transparência

[Código de Ética](#)
[Trabalhe Conosco](#)
[Contrato de Gestão](#)
[Compras e Contratações](#)
[Portal da transparência](#)
[Ouvidoria Secretaria de Cultura e Economia Criativa](#)



SISEM SP
sistema estadual de monitoramento de obras

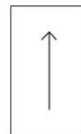
APAC
ASSOCIAÇÃO
PINACOTECA
ARTE E CULTURA

**PINACOTECA
DE SÃO PAULO**

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

**GOVERNO FEDERAL
BRASIL**
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

[Mapa do site](#) +



[voltar para o topo](#)

[Ouvidoria](#)

[Transparência](#)

[SIC](#)

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

haus

MON – Museu Oscar Niemeyer

Loja Online Ingressos GOVERNO DO PARANÁ

MON Menu Visite Exposições Educativo Apoie PT Buscar

Visite **Bem-vindo ao MON** Saiba mais →



Exposições

Em cartaz



Até 7 de maio de 2023

Jaume Plensa



Até 7 de maio de 2023

Afnidades II - Elas!



Até 31 de dezembro de 2023




África

Visite **Aberto**


Terça a domingo, 10h às 18h

Planeje sua visita

Programação

 <p>MON. MINICURSO</p> <p>3 a 6 abril 19h às 21h</p> <p>Educativo</p>	 <p>MON. Educativo VISITA MEDIADA</p> <p>12 Abril 15h</p> <p>Educativo</p>	 <p>MON. Educativo VISITA MEDIADA</p> <p>26 Abril 15h</p> <p>Educativo</p>
<p>Carne Viva Minicurso com Arthur L. do Carmo e convidados</p> <p>"Transformações e Confluências: Tópicos sobre..." →</p>	<p>MON sem Paredes Mediação</p> <p>A conversa irá investigar as obras dos artistas Gustavo... →</p>	<p>Poty, Entre Dois Mundos Mediação</p> <p>A conversa na exposição é uma oportunidade para... →</p>


[Ver toda a programação](#)



MON. na Escola

O MON na Escola é um programa de visitas guiadas, feitas por agendamento prévio, orientadas por um mediador/educador que conversa sobre os principais conceitos das...

[Ver programa →](#)



Acesse

Perceba





O projeto Ace... de mediação espontâneo (conteúdos of...

[Ver](#)

Coleções do acervo

O MON possui um acervo de arte com mais de 14 mil obras.



	<p>África</p> 	<p>Ásia</p> 	<p>Design</p> 
---	--	---	--

[Ver todas as coleções](#)



Exposição virtual

Tenha acesso ao conteúdo disponibilizado.
Peças expostas, explicações de obra e artistas envolvidos.

[Acessar exposições virtuais ↗](#)

Loja online

[Acessar Loja ↗](#)



[Bolsa MON preta →](#)




[Copo MON cerâmica →](#)



Seu evento no Museu

Faça seu evento em um ambiente cercado de arte.

[→](#)



Apoie o Museu

Viabilize as atividades culturais do MON e aumente o alcance da sua marca. Faça parte da história do Museu.

Patrocínio Platinum **VOLVO**

[→](#)

Notícias



Educativo

MON realiza videoconferência com o curador Marcello Dantas



Educativo

MON oferece oficinas artísticas e mediações em abril



Imprensa

Catálogo do artista Rodrigo Andrade está disponível na MON Loja



Ver todas as notícias

Receba notícias

Seu nome completo

Seu e-mail



MON.

Museu Oscar Niemeyer

Terça a domingo
das 10h às 18h
acesso até às 17h30

Ingressos

R\$ 30 inteira | R\$ 15 meia-
entrada
Entrada gratuita toda quarta-
feira

Ingressos ↗

Sobre o MON

Fale conosco

Acessibilidade

Imprensa

Perguntas
frequentes

MON Café

MON Loja

Achados e
perdidos

Realize seu
evento

Acompanhe o MON



Patrocínio Platium



VOLVO

Patrocínio Ouro



vivo



Patrocínio Prata



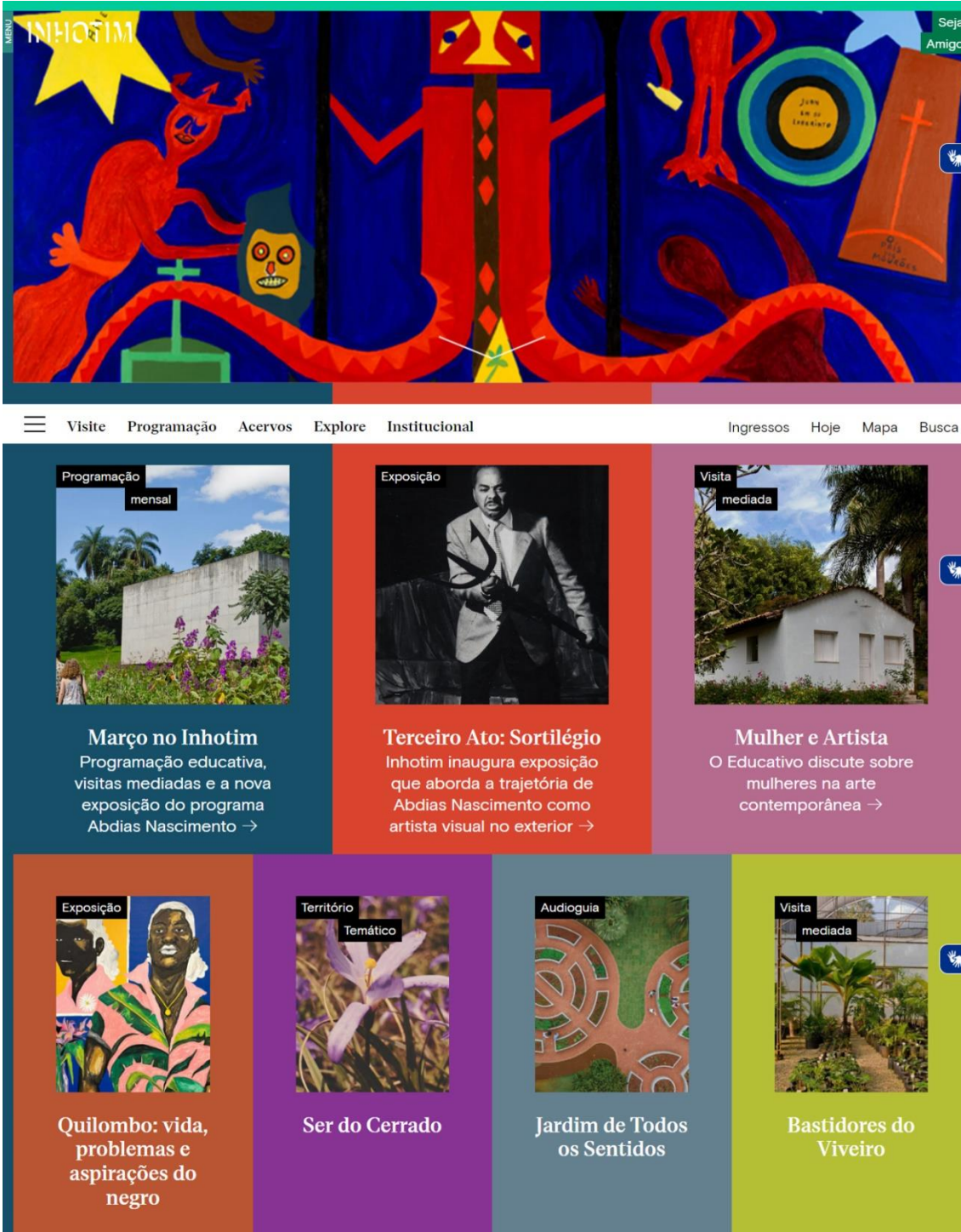
Apps



Realização




Inhotim – Instituto Inhotim



MENU INHOTIM Seja Amigo


Visite Programação Acervos Explore Institucional Ingressos Hoje Mapa Busca

Programação mensal




Março no Inhotim
Programação educativa, visitas mediadas e a nova exposição do programa Abdias Nascimento →

Exposição




Terceiro Ato: Sortilégio
Inhotim inaugura exposição que aborda a trajetória de Abdias Nascimento como artista visual no exterior →

Visita mediada




Mulher e Artista
O Educativo discute sobre mulheres na arte contemporânea →

Exposição




Quilombo: vida, problemas e aspirações do negro

Território Temático




Ser do Cerrado

Audioguia




Jardim de Todos os Sentidos

Visita mediada



Bastidores do Viveiro


Sobre



Inhotim

O encontro entre arte e natureza espera por você
→

Loja
Design



Inhotim Loja Design

Leve o Inhotim para o seu dia a dia
→

Contato


Rua B, 20, Inhotim
Brumadinho, MG
Brasil 35460-000
+55 31 3571-9700

Cadastre-se pra receber novidades

Nome Email

[Fale conosco](#) [Perguntas Frequentes](#) [Política de Privacidade](#) [Imprensa](#) [Trabalhe no Inhotim](#)
[Créditos](#)

Patrocínio Master



MARGS – Museu de Arte do Rio Grande do Sul



- Inicial
- O Museu
- Exposições
- Demais atividades
- Notícias
- Acervos online
- Publicações
- AAMARGS
- Bistrô
- Café
- Livraria e loja
- Contato


presença NEGRA no margs

TOUR VIRTUAL | Visite online a exposição "Presença Negra no MARGS", que traz a público o debate e a reflexão sobre a presença e a representatividade negra no campo das artes visuais

■ □ □ □ □ □

Exposições

Ver atuais e passadas



acervo em movimento
AQUISIÇÕES 2019-2022

Acervo em movimento — Aquisições 2019 – 2022 | Março a junho

O Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS), instituição da Secretaria de Estado da Cultura do RS (Sedac), anuncia a reabertura da exposição "Acervo em Movimento — Aquisições 2019 – 2022" apresentando a entrada de um novo conjunto de obras selecionadas. Esta nova versão do programa expositivo dedicado à exibição pública do acervo [...]



Glauco Rodrigues — TROPICAL



PULSE: Rogério Nazari e Telmo Lanes – Trajetórias 1976-2022



Acervo em movimento — Aquisições 2019 – 2022 | Dezembro a março



13ª Bienal do Mercosul — Trauma, Sonho e Fuga



"Acervo em movimento" na 13ª Bienal do Mercosul | Setembro a novembro de 2022

Receba nossas notícias e programação

Nome

Email

Inscriva-se

Demais atividades

20/04/2023 [Visita mediada em Libras 4/6 — Programa Público da exposição "Acervo em movimento — Aquisições 2019 – 2022"](#)

01/04/2023 ["Relinguagens — Artistas na contramão \(1976 – 1980\)" | Conversas com Artistas](#)

24/03/2023 ["Corpo Pulsante", oficina de fotoperformance pelo Programa Público da exposição "PULSE: Rogério Nazari e Telmo Lanes — Trajetórias 1976 – 2022"](#)

Notícias

Ver todas



CONVERSAS COM ARTISTAS



RELINGUAGENS
ARTISTAS NA CONTRAMÃO ANOS 1976 - 1980
Conversa com Jessa Boshel, Teresa Pfeister e artistas de 1976

01.04.2023, 11h
Auditório do MARGS

Relinguagens — Artistas na contramão (1976 – 1980)

O Museu de Arte do Rio Grande do Sul — MARGS, instituição da Secretaria de Estado da Cultura do RS — Sedac, apresenta o evento "Relinguagens — Artistas na contramão (1976 – 1980)", em mais uma edição do já tradicional programa público Conversas com Artistas. A atividade ocorrerá no sábado (01.04.2023), às 11h, no Auditório [...]



"Corpo Pulsante", oficina de fotoperformance pelo Programa Público da exposição "PULSE: Rogério Nazari e Telmo Lanes — Trajetórias 1976 – 2022"



Mulheres artistas, questões atuais — Trajetórias na arte-educação



Palestra do escritor e curador Leo Felipe pelo Programa Público da exposição "PULSE: Rogério Nazari e Telmo Lanes – Trajetórias 1976-2022"



Dias e horários de funcionamento no Carnaval



Inscrições para a 3ª edição do Concurso de Fotografias AAMARGS – Café do MARGS 2023

Nossas exposições



MARGS EXPOSIÇÕES

1º ANDAR
acervo em movimento
Exposição de obras curada com rotatividade de obras

2º ANDAR
PULSE
ROGÉRIO NAZARI e TELMO LANES
17.12.2022 a 14.01.2023 | 20.12.22 a 16.04.2023

Vídeos



Projeto de Digitalizaçã...



[Ver mais vídeos](#)

A M A R G S

ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DO MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL

Sócios da AAMARGS possuem 10% de desconto na Loja do MARGS e em diversos estabelecimentos conveniados, além de receberem convites especiais para atividades do Museu.

ASSOCIE-SE AGORA! →

Publicações e materiais gráficos



📍 Praça da Alfândega, s/n°, Centro Histórico — Porto Alegre, RS — Brasil — 90010-150

☎ + 55 (51) 3226-3604 (portaria) | (51) 3286-2597 (administrativo)

✉ museu@margs.rs.gov.br (veja os demais contatos dos setores e Núcleos do Museu nas abas do menu do topo)

🕒 O período de visitação das exposições no MARGS é de terça-feira a domingo, das 10h às 19h (último acesso 18h), sempre com entrada gratuita. O Museu também oferece ao público visitas mediadas às mostras, mediante agendamento através do e-mail educativo@margs.rs.gov.br. São também oferecidas visitas técnicas ao Museu, mediante solicitação prévia e avaliação.

🚗 O Museu não possui estacionamento

PATROCÍNIO



CRÉDITO PARA INOVAR E DESENVOLVER.



APOIO



REALIZAÇÃO

