


**We are
temporarily
closed,
starting
March 13.**

 [themuseumofmodernart](https://www.moma.org)

Jamile Maeda

TRANSPOSIÇÃO DO FÍSICO PARA O VIRTUAL: AS PUBLICAÇÕES DE QUATRO MUSEUS NO INSTAGRAM FACE AOS 100 PRIMEIROS DIAS DE PANDEMIA DE COVID-19

Brasília-DF
22 de dezembro de 2021



Universidade de Brasília

Instituto de Artes
Programa de Pós-Graduação em Design
Área de Concentração: Design, Tecnologia e Sociedade
Linha de Pesquisa em Design, Informação e Interação

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

MM184t Maeda e Silva, Jamile
Transposição do físico para o virtual: as publicações de
quatro museus no Instagram face aos 100 primeiros dias de
pandemia de covid-19 / Jamile Maeda e Silva; orientador
Célia Matsunaga. -- Brasília, 2022.
82 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado em Design) --
Universidade de Brasília, 2022.

1. arte contemporânea. 2. disseminação de arte. 3.
virtual. I. Matsunaga, Célia, orient. II. Título.

Jamile Maeda e Silva **TRANSPOSIÇÃO DO FÍSICO PARA O VIRTUAL: AS PUBLICAÇÕES DE QUATRO MUSEUS NO INSTAGRAM FACE AOS 100 PRIMEIROS DIAS DE PANDEMIA DE COVID-19**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília (UnB), na linha de pesquisa Design, Informação e Interação, como requisito parcial para obtenção de título de mestra.

Orientação: Profa. Dra. Célia Kinuko Matsunaga Higawa

Brasília-DF
22 de dezembro de 2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Célia Kinuko Matsunaga Higawa
[orientadora]

Prof^a. Dr^a. Ângela Saldanha
Universidade Aberta de Portugal

Prof. Dr. Tiago Barros Pontes e Silva
Universidade de Brasília

...| resumo

Em 12 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) reclassificou um surto de uma gripe que leva a sintomas de Síndrome de Respiratória Aguda (SARS) como uma epidemia de caráter mundial, denominada pandemia de SARS-CoV-2, ou simplesmente pandemia de covid-19, e recomendou fortemente que o mundo inteiro se distanciasse fisicamente para impedir a propagação do vírus. Isso repercutiu no fechamento de vários setores do comércio, inclusive de museus, que se viram na necessidade de voltar seus esforços para o virtual, a fim de continuarem se comunicando com seu público, agora impedido de sair de casa. Esta dissertação tem como objetivo explorar o comportamento de quatro museus de compartilhamento de arte contemporânea via aplicativo Instagram (®Meta Platforms, Inc.) nos primeiros 100 dias da pandemia de covid-19, transcorridos entre 12 de março e 20 de junho de 2020, período marcado pela impossibilidade de aglomeração social em locais públicos. Os perfis virtuais – ativos – selecionados foram aqueles do Museu de Arte Moderna–MoMA, de Nova York (EUA); do Instituto de Arte Contemporânea–ICA, em Boston (EUA); do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo–MAC-USP (Brasil); e da Pinacoteca do Estado de São Paulo (Brasil), a fim de compará-los, em algumas de suas características gerais, como orçamento em 2019 e número estimado de funcionários, e posturas no compartilhamento de publicações no Instagram. Exploro ainda temáticas de publicações comuns a eles. Diante da hipótese de que museus com maiores orçamento e força de trabalho tiveram melhor desempenho na transposição do físico para o virtual, concluo que o método estabelecido por mim sugere que a hipótese é verdadeira, porém critérios subjetivos a impedem de ser uma conclusão categórica.

PALAVRAS-CHAVE: arte contemporânea, disseminação de arte, virtual

...| abstract

On March 12th, 2020, the World Health Organization (WHO) reclassified an outbreak of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) symptoms as a worldwide epidemic, called the SARS-CoV-2 pandemic, or simply COVID-19 pandemic, and strongly recommended that the entire world physically distance itself to prevent the spread of the virus. This had repercussions on the closure of several sectors of commerce, including museums, which found themselves in the need to turn their efforts to the virtual space, in order to continue communicating with their public, now unable to leave their homes. This thesis explores the behavior of four museums that shared content of contemporary art on their Instagram (®Meta Platforms, Inc.) profiles in the first 100 days of the COVID-19 pandemic, from March 12th through June 20th, 2020, which was a period marked by the impossibility of social agglomeration in public places. The virtual profiles – active – selected in this study were those of the Museum of Modern Art–MoMA, in New York (USA); the Institute of Contemporary Art–ICA, in Boston (USA); the Museum of Contemporary Art of the University of São Paulo–MAC-USP (Brazil); and the São Paulo State Pinacoteca (Brazil), in order to compare them, in some of their general characteristics, such as budget in 2019 and estimated number of employees, and postures in sharing publications on Instagram. I also explore some themes of publications common to them. Given the hypothesis that museums with larger budgets and workforce performed better in transposing the physical to the virtual, I conclude that the method established by me suggests that the hypothesis is true, but subjective criteria prevent it from being a categorical conclusion.

KEY WORDS: contemporary art, art dissemination, virtual

...| **sumário**

...| 1 apresentação 8

...| 2 introdução 12

- » 2.01 Inquietação propulsora 12
- » 2.02 Arte contemporânea e museus 20
- » 2.03 Aplicativo: Instagram 26
- » 2.04 Nota como designer imersa 31

...| 3 método 34

- » 3.01 MoMA–The Museum of Modern Art 35
- » 3.02 ICA–Institute of Contemporary Art 38
- » 3.03 MAC-USP–Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo 39
- » 3.04 Pinacoteca de São Paulo 40

...| 4 dados obtidos 42

...| 5 discussão 54

...| 6 considerações finais e conclusões 66

...| 7 bibliografia 72

glossário 80

... | 1 apresentação

Diante de um período histórico de tamanha mudança comportamental que tem sido a pandemia de covid-19, dificilmente ela teria passado inerte nesta pesquisa. Ela forçou as pessoas do mundo inteiro a pararem suas vidas corridas e cotidianas, de atropelos e decisões tomadas subconscientemente, para dar lugar a um período de incerteza, medo e isolamento. Forçou ainda que negócios fossem interrompidos e portas, fechadas. Ao passar o olho, ansiosamente, pelo aplicativo Instagram e deparar com uma publicação do perfil do Museu de Arte Moderna–MoMA, de Nova York (EUA), que anunciava o fechamento de suas portas em 13 de março de 2020, fui forçada também a repensar meu caminho de pesquisa. Foi preciso ajustar expectativas e facilitar o escopo para que esta minha dissertação pudesse nascer. Assim como tenho certeza de que, para muitos outros mestrandos de minha área ou de áreas completamente diferentes, este percurso não me foi fácil, mas nasce.

Ele se volta para a investigação da transposição forçada dos museus de exposição de arte contemporânea para o espaço virtual conformado do aplicativo Instagram (<https://www.instagram.com/>, ©Meta Platforms, Inc.), constrição imposta pela pandemia de covid-19, declarada e nomeada em 12 de março de 2020. Observaram-se os casos de quatro instituições consagradas com memoráveis espaços físicos dedicados a exposições artísticas: o Museu de Arte Moderna–MoMA, de Nova York (EUA); o Instituto de Arte Contemporânea–ICA, em Boston (EUA); o Museu de Arte de Contemporânea da Universidade de São Paulo–MAC-USP (Brasil) e a Pinacoteca de Estado de São Paulo (Brasil), que fecharam suas portas e permaneceram ativos virtualmente. Observei as publicações fixas de seus perfis no aplicativo durante o período dos cem primeiros dias da pandemia, número que permite uma quantidade significativa de dados e que permite a identificação e o agrupamento de similaridades. É ainda um número significativo, pois

poucos imaginaram que esse período durasse mais que algumas semanas, no entanto durou o mesmo tempo – e hoje sabemos que até muito mais – que estatísticas utilizam para avaliar um governo presidencial nos Estados Unidos da América ou no Brasil.

De frente para esta transposição forçada para o que se tornou essencialmente virtual, meu objetivo foi observar como museus de diferentes locais, orçamentos, forças de trabalho e alcance se comportaram em uma de suas vitrines *on-line*, a rede social Instagram, categoria de comunicação que havia se tornado a única possível. Ainda que a *internetização* de processos cotidianos já estivesse anunciada, a impossibilidade de acesso aos espaços físicos forçou o repensar do espaço virtual, que teve de acumular a função de produzir conteúdo e não somente publicizá-lo. Como objetivos específicos, listo:

- » Observar todas as publicações fixas, permanentes, dos perfis dos museus listados, durante o período de 12 de março a 20 de junho de 2020;
- » Identificar similaridades temáticas e/ ou posturais nos dados obtidos;
- » Compilar os dados referentes a algumas características gerais dos museus e a algumas reações e posturas deles nos próprios perfis de Instagram;
- » Testar a hipótese de que museus com orçamento maior se desempenharam melhor na transposição para a produção de conteúdo no Instagram após o fechamento de suas portas.

O percurso da pesquisa é exploratório e qualitativo, por lidar com fenômenos e sobre eles colocar minha interpretação subjetiva. Proponho ainda uma pesquisa de finalidade básica e tipo descritivo, que contém uma descrição da realidade do compartilhamento virtual de arte sem nela interferir, via dados primários (Apollinário, 2012). No ato de coletar publicações dos mesmos perfis durante o período dos cem dias, a pesquisa se configura longitudinal. Seu delineamento é um levantamento, pois

descreverá as variáveis envolvidas no fenômeno de compartilhamento virtual da informação artística contemporânea. O explorado nela fez surgir uma hipótese a ser testada: museus com maiores orçamentos e forças de trabalho tiveram melhor desempenho na transposição para a produção de conteúdo no Instagram após o fechamento de suas portas. Ressalto que todos os museus observados já tinham os perfis referidos e publicavam neles com certa frequência. Neste momento, foi a mudança de paradigma que fez a diferença para discussão.

Esta pesquisa perpassa por três temas principais: a arte contemporânea, os museus e o aplicativo Instagram no contexto da pandemia de covid-19 em 2020. Minha escolha pelo aplicativo/ rede social de dispositivos móveis Instagram se deu pela praticidade da coleta de dados em um momento bastante crítico mundial. Não apenas estávamos impedidos pelas barreiras físicas de portas cerradas, mas também pelas emoções à flor de peles. Todos vimos a incerteza e o medo em suas formas mais manifestas, e precisei tomar decisões de modo a conseguir concluir a pesquisa. Tenho o aplicativo instalado em meu celular e faço uso frequente dele, nem que seja para inconscientemente rolar o dedo e ter algum estímulo visual que se movimenta. Como também já fazia parte dos seguidores dos perfis referidos, foi fácil também perceber que eles estavam ativos e poderiam fornecer dados interessantes com suas publicações.

No capítulo 2, introdutório, trago à discussão minha inquietude em relação ao período escolhido, contextualizando o nascimento desta pesquisa, assim como o aporte teórico para a coleta e discussão dos dados nos capítulos seguintes. Discuto brevemente arte contemporânea, comunicação em museus, o Instagram e meu papel como designer imersa no processo. No capítulo 3, apresento o método utilizado para obter os dados e testar minha hipótese e, no capítulo 4, trago os dados obtidos nos perfis do Instagram, assim como dados de características de museus para compará-los. Escolhi separar

método, dados obtidos e discussão, que será feita no capítulo 5, como uma forma mais objetiva de organização da dissertação a fim de facilitar a consulta de possíveis leitores. Por fim, apresento considerações finais e conclusões referentes ao método, aos dados, às minhas inferências e à hipótese. Deixo ainda pequena contribuição sugestiva para caminhos nesta área, que creio serem necessárias para o contínuo entendimento do período em que estamos vivendo e para que aprendizados sejam úteis em situações similares futuras.

...| 2 introdução

» 2.01 Inquietação propulsora

No ocidente, os últimos anos que levaram a 2020 me foram percebidos por uma perseguição coletiva à abundância e ao desempenho no menor tempo possível. Houve – e há – abundância de informação desconstruída, ou duvidosa, ou ininteligível, ou parcial, ou velada. “Manter-se informado” tornou-se uma tarefa impossível que, por várias vezes, levou a uma estafa mental de ansiedade e impotência. Não apenas informar-se, mas também verificar confiabilidade da fonte e data de publicação, analisar pormenores de discursos, tudo como crescimento individual ou talvez mera questão de sobrevivência.

A massa de informação não filtrada faz, porém, com que a percepção seja embotada. Ela é responsável por alguns distúrbios psíquicos.

SFI (Síndrome da Fadiga da Informação), o cansaço da informação, é a enfermidade psíquica que é causada por um excesso de informação. Os afligidos reclamam do estupor crescente das capacidades analíticas, de déficits de atenção, de inquietude generalizada ou de incapacidade de tomar responsabilidades. (HAN, 2018, p. 104.)

Abundância de mensagem não lida, ou não respondida, ou mal interpretada, ou bloqueada, ou não enviada. É preciso um equilibrar-se sem fim entre estar sempre disponível e focar-se no momento. São mensagens pessoais durante o período de trabalho e mensagens de trabalho fora do horário comercial. “Responder a mensagem” foi obrigado a ser tarefa imediata, e as notificações se acumulam em um vibrar espasmódico, em que minutos de atraso significam um mister pedido de desculpas.

Abundância de desempenho. Quantas vezes a rotina pareceu cheia demais para dar conta de tudo na lista de afazeres e vazia demais quando comparada às nossas próprias expectativas de eficiência? Em que momento engolir o almoço e dizer que “até gostaria, mas não

tenho tempo” se tornou sinônimo de sucesso? Durante a semana, trabalho, estudo, exercício físico, projetos individuais, obrigações sociais competem entre si para não ser aquela tarefa a ser deixada para trás. Como uma medalha velada que se coloca no peito, não ter tempo é o prêmio que se busca incessantemente. Se há tempo para o lazer, para o contemplar, para o tédio, é vagabundagem: é PERDA DE TEMPO.

As redes sociais se amontoam, cheias de vidas perfeitamente estéticas e vencedoras, com incentivos de “dê os parabéns pela nova posição de seu amigo”, mesmo que se tenha confirmado um vínculo *sociovirtual* só para não parecer grosseiro(a) com uma pessoa que se viu uma vez; ou mesmo “seu amigo acabou de publicar”, mesmo que a publicação, muitas vezes, faça brotar um leve sentimento de baixa auto-estima.

“Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização” (Han *apud* Geli, 2018, n.p.). Cada história individual enclausurada num correr contra o tempo, que parece muito desinteressado em competir: mais dinheiro, mais conquistas, mais objetos, mais desejos, mais sonhos, mais respostas, mais controle. Controle para traçar na areia o próprio caminho e para se assegurar contra as surpresas do mesmo caminho. São sistemas sociais engessados em mentalidades passadas que funcionam em engrenagens viscerais de indivíduos encantados com a montanha-russa do próprio umbigo. Nascer, crescer, trabalhar. Produzir, comer, amar. O infinito sistemático demonstra caminho, fim e propósito concomitantes e genéricos, e os mesmos dizeres são repetidos na busca de uma mesma vida bem-sucedida.

A aceleração atual diminui a capacidade de permanecer: precisamos de um tempo próprio que o sistema produtivo não nos deixa ter; necessitamos de um tempo livre, que significa ficar parado, sem nada produtivo a fazer, mas que não deve ser confundido com um tempo de recuperação para continuar trabalhando; o tempo trabalhado é tempo perdido, não é um tempo para nós (*Op. cit.*, n. p.)

http://who.int

武汉, 中华人民共和国
Wuhan, China

WHO's Country Office in the People's Republic of China picked up a media statement by the Wuhan Municipal Health Commission from their website on cases of 'viral pneumonia' in Wuhan, People's Republic of China.¹

mundo

**Fim de ano.
Réveillon.
Ano novo.
Feliz 2020!**

| 1 | *Timeline: WHO's COVID-19 response.* Em português: O escritório da OMS na República Popular da China notou uma declaração feita pela Comissão Municipal de Saúde de Wuhan, em seu website, sobre casos de uma 'pneumonia viral'.

[**Exercício!** Circule o complemento que mais bem se adequa. Descansar para:

continuar / voltar a trabalhar / “pegar cedo no batente”.]

A língua nativa se presta a refletir o ritmo de produção desenfreada, que *bate* no *ente* desde logo cedo. A preposição indica finalidade e por que precisamos de finalidade para o verbo, que em si é previsto, em vários de suas prescrições gramaticais, como intransitivo.

Produção visível também entremeada nas artes contemporâneas, que se voltam para histórias e indivíduos, dissonância de experiências, transmutações de percepções criadas para ambientes brancos delimitados a grandes momentos. É preciso produzir e consumir muito. A relevância é cruel. E assim também se busca abundância.

Após a ruptura com a arte moderna, vigeu um “regime de comunicação”, em que o interesse é a informação. O indivíduo que dispõe de meios para disseminá-la é seu novo produtor de arte. Destaca-se aí o papel da rede de comunicação, “um sistema de ligações multipolar no qual pode ser conectado um número não definido de entradas, cada ponto da rede geral podendo servir de partida para outras microrredes” (Cauquelin, 2005, p. 59).

Nela os atores com maior quantidade de informação adquirida no menor espaço de tempo possível são os mais ativos. Ainda que haja clara redundância e saturação oriundas dessa necessidade de atividade, Cauquelin defende que a rede tornou-se indispensável à produção artística contemporânea: “O artista tem de ser internacional, ou não ser nada; ele está preso na rede ou permanece de fora” (*Op. cit.*, p. 75). Mais que estar na rede, eles devem conseguir se sobressair e vencer a saturação provocada pela circularidade da informação. E nisso se encaixam não apenas artistas, mas também instituições de exposição de arte. São precisas múltiplas equipes para conseguir dar conta de expografia, comunicação, segurança, limpeza, curadoria. É mister ter perfis ativos nas diferentes, mas aparentemente iguais redes sociais,

ter cuidado com a linguagem, estar atento e responsivo aos acontecimentos cotidianos.

Toda essa abundância de desempenho se visualiza em uma vitrine perfeita. Publicar nas redes digitais parece sinônimo de vida. Texto, enquadramento, movimento, todos editados a fim de guardar para a posteridade a felicidade. E tudo se volta ao controle. Controle da própria vida, da visão do outro, das garantias e das alegrias. Assim, somos atropelados pelo tempo, ainda desinteressado em competir, e “os anos estão passando rapidamente”. Nessa corrida de apenas um competidor, perdemos o fôlego por nunca cruzar a linha de chegada. Trabalho não é objetivo e férias não são caminho. As vidas individual e sistêmica são levadas pela correnteza, sem digestão, questionamento ou percepção. E assim vidas *online* e analógica se mesclam em prol da produtividade e da encheção da rotina. Recorremos ao virtual para otimizar partes do nosso dia a dia e nos tornamos dependentes a ele quando não conseguimos deixá-lo de lado. Re(l)ação contraditória aparentemente sempre presente. Chegamos a um momento em que é difícil distinguir qualidades positivas e negativas de estarmos conectados.

2020 tinha tudo para ser um ano normal. O mundo festejou a virada da década, e essas datas sempre representam mais veementemente que o tempo passa e que é possível recomeçar, revisar planos, rever trajetórias, mudar de vida. Seguiram assim resoluções de década nova, que às vezes já são esquecidas no próprio mês de janeiro, e a mesma mentalidade de produção e desenvolvimento desenfreado de sempre toma a cena. Afinal, “cabeça vazia, oficina do diabo”, eles dizem. Mas tinha outros planos 2020.

...| *de repente*, a correnteza encontra uma barragem forte o suficiente para uma **rebentação**.

http://who.int

WHO announces COVID-19 outbreak a pandemic²

We are temporarily closed, starting March 13.³

Curtido por mamoficial e outras 46,8 mil pessoas
themuseumofmodernart Nothing is more important to us than the health and safety of our community. After consulting with public health experts and city and state officials, we are temporarily closing The Museum of Modern Art, MoMA PS1, and the MoMA Stores in New York City through March 30, and will reevaluate the situation at that time. For more information on museum hours, programming, and ticket refunds, please visit [mo.ma/healthandsafety](https://www.moma.org/healthandsafety) (link in bio). We look forward to welcoming you to MoMA when we reopen.

Pan.de.mia

'pertencente a todas as pessoas, público, comum' do latim tardio pandemus e do grego pandemos. pan- 'todos' + dêmos 'pessoas'

ou 'aquilo que parecia tempos remotos e acreditávamos não ser capaz de frear brusca-mente o mundo atual'

Em 12 de março de 2020, *WHO announces COVID-19 outbreak a pandemic*². Perigo iminente no mundo todo. No dia seguinte, o Museu de Arte Moderna, em Nova York, fechou suas portas. Que momento foi esse que fez uma instituição tão consagrada, no ápice da sociedade capitalista, fechar. A partir de então, o comércio fechou no mundo ocidental. Escolas, universidades, empresas, lojas, academias, cinemas, museus, galerias. A única maneira de diminuir imediatamente a transmissão foi o distanciamento físico entre as pessoas. Desfizemos programas, cancelamos festas, nos enclausuramos em nossas residências, sem saber o quanto duraria essa interrupção abrupta de cotidiano.

Sinto uma estranha sensação ao rever o passado recente quando algo significativo demarca o agora e o antes. É uma autossabotagem, um autossarcasmo: como não saber que uma pandemia estava se anunciando? "Mas, ah!, se eu soubesse..." provavelmente, nada de diferente faria. Em 2018, ao entrar em contato com o livro do filósofo sul-coreano Byung-Chul Han, *Sociedade do cansaço* (2015), em que discorre sobre o desempenho na cultura social contemporânea, não me marcaram suas palavras introdutórias no primeiro capítulo:

Cada época possuiu suas enfermidades fundamentais. Desse modo, temos uma época bacteriológica, que chegou ao seu fim com a descoberta dos antibióticos. Apesar do medo imenso que temos hoje de uma pandemia gripal, não vivemos numa época viral. Graças à técnica imunológica, já deixamos para trás essa época. (Han 2015, capítulo I, n.p.)

| 2 | *Timeline: WHO's COVID-19 response*. In: <http://who.int>. Em português: OMS anuncia surto de COVID-19 como pandemia.

| 3 | *Instagram*. Em português: Estamos temporariamente fechados a partir de 13 de março [de 2020].

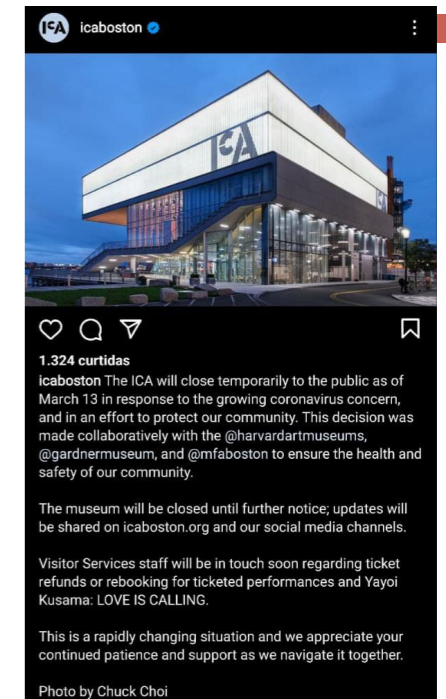
"não vivemos numa época viral."

"já deixamos para trás essa época."

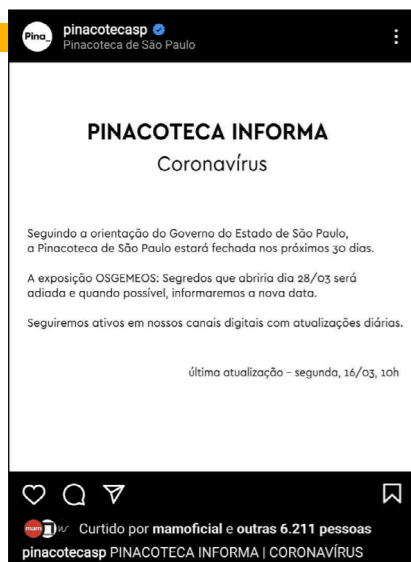
Desde a publicação do livro até 2019, é provável que a maioria dos leitores de Han concordasse com – ou simplesmente passasse batido por – seus quatro primeiros períodos de texto. Vacinas para imunização de humanos existem desde o fim do século XVIII, quando essa tecnologia foi desenvolvida nos duzentos anos que seguiram para a erradicação da varíola em 1980. Após o descobrimento da capacidade de induzir o sistema imune humano a criar uma resposta efetiva contra vírus antes que eles possam adoecer o corpo, vacinas são – para a maioria das populações – rotineiras. E foram elas que permitiram às populações vidas relativamente "normais", ainda que análises como a de Han discordem do que hoje é considerado normalidade.

Definitivamente poucos ousaram imaginar que uma doença viral seria capaz de fazer indivíduos recolherem-se em suas casas como caramujos. No entanto, diante do desconhecido, fomos forçados a deixar para trás nossa rotina intempestiva e a parar. Congelados, imóveis, isolados. Forçados a ver a casa com outros olhos; se antes, era local de descanso, hoje também é de trabalho, de estudo, de exercício; se antes era desejada como o enfim retornar no fim do dia, hoje é do querer deixar; se antes era lar e aconchego, hoje é também proteção, que se alinha com a casa de Bachelard: "*si l'on nous demandait le bienfait le plus précieux de la maison, nous dirions: la maison abrite la rêverie, la maison protège le rêveur, la maison nous permet de rêver en paix.*"⁴ (Bachelard, 1957, p. 34.). A casa abriga o devaneio e protege o sonhador, que talvez agora esteja mais direcionado para o contexto mundial em que se encontra. E o mundo como o conhecíamos antes não mais podemos desfrutar.

Em grego, retorno se diz *nóstos*. *Algos* significa sofrimento. A nostalgia é, portanto, o sofrimen-



| 4 | Em português: 'se nos perguntassem qual o benefício mais precioso da casa, diríamos: a casa abriga o devaneio, a casa protege o sonhador, a casa nos permite sonhar em paz.'



to causado pelo desejo realizado de retornar. Para essa noção fundamental, a maioria dos europeus pode utilizar uma palavra de origem grega (*nostalgie, nostalgia*), e também outras palavras com raízes em sua língua nacional: *añoranza*, dizem os espanhóis; *saudade*, dizem os portugueses. [...] Em espanhol, *añoranza* vem do verbo *añorar* (ter nostalgia), que vem do catalão *enyorar*, derivado, este, da palavra latina *ignorare* (ignorar). À luz dessa etimologia, a nostalgia surge como o sofrimento da ignorância. Você está longe e não sei o que se passa com você. (KUNDERA, 2015, p. 8)

Milan Kundera (2015) realiza uma viagem etimológica para transmitir o sentimento de migração e o sentimento de desconhecimento sobre a situação do país e de seu povo deixados para trás e, ainda que eu não compreenda na pele o que o autor tenha experienciado, na situação atual, sinto que o país que habitava – quiçá o mundo – também não é mais acessível e minha ignorância com o outro se faz presente. Isolada do outro, desconheço sua espontaneidade e só vejo o que a tela da videoconferência enquadra.

Cada indivíduo, limitado pelas barreiras físicas da casa e do rosto, ignora o outro, seja pela distância, seja pelo sorriso velado pela máscara, agora vestuário indispensável das relações humanas. Ainda que haja tecnologia suficiente para falar, ver, ouvir, nos falta o tato. O ser humano é um bicho gregário e fomos obrigados a agir contra nossos instintos de afeto. Na ignorância e à deriva, impedidos de se perder nas incontáveis horas de intervalo entre tarefas e com horas diárias de sobra, voltamo-nos para as vitrines virtuais a fim de lutar contra o tédio e o descanso. Esse percurso foi diferente para cada um, porém os primeiros dez dias de interrupção abrupta foram uma pausa necessária para a adaptação. Seja para implementar um *home office* (in)desejado, seja para compreender a nova convivência não rotineira com filhos, seja para conhecer todas as ferramentas digitais para *lives* de conteúdo e de concertos e para manter conversas mentalmente fatigantes via uma tela retroiluminada, em

que novas etiquetas se configuram a olhos vistos. Buscamos manter nossas tarefas comuns e nos ocupar, mesmo que, como fundo de tela, tivéssemos preocupações e ansiedades. Buscamos respostas inexistentes e nos culpamos, porque não estávamos mais produzindo como anteriormente. Foi assim que me vi mudando de caminho neste percurso acadêmico de mestrado. Paralisada e sem conseguir compreender o momento de pausa, não consegui mais ver sentido em pesquisar algo que fosse alheio ao movimento então presente.

Assim a nostalgia se configura, num passar de dias meio lento-apsados de isolamento. E se passam 10 dias. E mais 10 dias. E mais 10. 10. 10. 10. 10. 10. e 10.

PRONTO.

100 dias passados isolados.

Foi nessa rapidez-lenta indistinguível, nostálgica, embaralhada, esperançosa e atrapalhada que a ideia desta pesquisa se compôs. O isolamento coletivo forçou o repensar do caminho de muitos, inclusive meu e da arte. Ela, criada em sua maioria para ser exposta em espaços “sem sombras, brancos, limpos, artificiais” (O’Doherty, 2015, p. 14), viu-se invisível. Se a obra de arte é, muitas vezes, criada para esse espaço de galeria, que é

[...] constructed along laws as rigorous as those for building a medieval church. The outside world must not come in, so windows are usually sealed off. Walls are painted white. The ceiling becomes the source of light. The wooden floor is polished so that you click along clinically, or carpeted so that you pad soundlessly, resting the feet while the eyes have at the wall. The art is free, as the saying used to go, “to take on its own life”⁵ (*Op. cit.*, p. 15)

e a expectativa de artistas, curadores, produtores, designers é a visitação do público para vivenciar essa experiência ritualística, como mimetizar esse espaço no virtual, então ambiente único possível de aglomeração?

[5] Em português: ‘construída por leis tão rigorosas quanto aquelas para a construção de igrejas medievais. O mundo externo não deve adentrar, então janelas estão geralmente fechadas. Paredes são pintadas de branco. O teto se torna a fonte de luz. O piso de madeira é encerado de forma que você caminhe numa batida precisa, ou é acarpetado para que você amorteça o andar sem fazer barulho, descansando seus pés enquanto os olhos passeiam pela parede. A arte é livre, como diz o ditado, “para decidir sobre sua própria vida”.’

» 2.02 Arte contemporânea e museus

[6] Em tradução livre do francês: 'Se não houvesse nada sagrado para o homem, a porta estaria totalmente aberta ao capricho, à arbitrariedade e à subjetividade ilimitada!'

“S’il n’y avait rien de sacré pour l’homme, la porte serait grande ouverte au caprice, à l’arbitraire et à une subjectivité illimitée !”⁶ (Stirner, 1845, p. 66)

Michel Onfray, filósofo francês de extensa produção atual e temática, deu uma palestra importante para a Universidade Popular de Caen, intitulada “La cène de l’art contemporain” (‘A cena da arte contemporânea’), em que teceu um panorama sobre o assunto. Ele inicia sua conversa na arte pré-histórica, período em que não há entendimentos sobre o que motivava o pintor, mas que se sabe não haver registro de assinatura.

Posteriormente, no período da arte religiosa, cristã, o artista era um transmissor de conteúdo, pois era a arte que se incumbia de ligar os homens a algo que não fosse humano, ligava-os às histórias da mitologia religiosa. O artista era alguém que dava figura a algo que não existia sem sua figuração, interpretação. Ele fazia surgir não um nascimento, mas sua imaginação (Onfray, 2017). A arte estava a serviço de Deus e de seus representantes na Terra. Havia, no artista, essa capacidade de solicitar forças sobre-humanas e produzir formas, ou mesmo a usar essas forças nas próprias formas. Eram suas obras de arte que testemunhavam figurar o não figurável. A arte não era mais que a alma propositora de uma figuração da mitologia cristã. Ela impulsionou as movimentações das civilizações e os poderes da religião. Quanto mais poder tivesse a religião, mais poder teria a arte. Quanto menos tivesse, menos a arte seria poderosa. E assim se deu, a religião enfraqueceu-se ao longo dos anos e a arte, aos poucos, precisou moldar-se a novos contextos.

Houve então um momento em que o paradigma da relação da arte com a sociedade mudou, e ela se emancipou dos assuntos religiosos no nascimento do capitalismo, contexto em que se percebeu como o dinheiro era

significativo e que os então patrocinadores da arte poderiam ser outros. Era o momento de artistas pintarem, em suas telas, burgueses belos, portando joias e ricas vestimentas, no interior de casas com tapetes e móveis ostentosos. Esse era o retrato do patrocinador. Assim, o religioso era contaminado pelo sujeito pagão e se recolhia a segundo plano. Assim como a Virgem e a criança eram o foco das pinturas religiosas, viu-se a paisagem se tornar objeto na natureza-morta. A pintura gradativamente se emancipava dos temas religiosos, e o homem se emancipava da religião.

Uma grande revolução nesse contexto aconteceu com o aparecimento da fotografia. A técnica permitia – e permite – fazer, de maneira simples e sem talento, o que o pintor antes fazia com talento (*Op. cit.*, 2017). Não havia mais necessidade de burgueses posarem horas posando para serem pintados se o fotógrafo poderia capturar sua realidade em menos tempo. Sua obsolescência ao lado da nova técnica e aos olhos de seus patronos fez a pintura buscar outros discursos.

O estilo impressionista, por exemplo, reagiu a essa situação de modo a esquecer o retrato fidedigno do sujeito e a retratar a incidência de luz sobre ele ou sobre o cenário, que eram decompostos pela luz que neles incidia. O gesto, que antes apresentava-se com timidez para ceder a atenção ao tema da pintura, começava a se destacar. Do gesto surgia também a pintura abstrata. Em certo momento, não era preciso pintar só a luz, mas a cor e o gesto. Se não precisava mais representar o sujeito tal como ele era, nem representar a luz tal como ela era, abria-se espaço para a abstração, como nas obras de Wassily Kandinsky, em que sua subjetividade permitia ver uma árvore como linha e cor. Para Onfray (2017), foi essa espécie de emancipação que tirou o tema e a representação da pintura, pois a arte começou quando o burguês a patrocinou. Jan van Eyck pintou o casal Arnolfini e permitiu-se assinar suas telas: o artista começava a ter seu nome relacionado às suas obras.

A arte então se iniciava no momento da falta de fé e quando a técnica de representação se tornara autônoma. Não era autônoma no momento em que figurava uma mitologia, mas quando passou a figurar outro tema que não a mitologia: o que Onfray chama de arte. Com o surgimento da arte, surge a reflexão sobre ela, a estética, com Alexander Baumgarten no século XVIII. O nascimento da arte e da estética é tardio: quando não há mais o tema religioso nem natureza-morta ou paisagem fidedignos (porque a fotografia dava conta) e quando já não eram mais novidades os efeitos da luz, da cor nem do gesto, havia a abolição de tudo o que fazia sentido. Uma movimentação em direção à falta de sentido é perceptível na estética e na arte após a Primeira Guerra Mundial.

Uma revolução importante aconteceu com Marcel Duchamp, que, em certo momento, produziu o que se chamou de *readymade*, algo que era pré-feito, pré-fabricado. O primeiro *readymade* foi produzido em 1913 com uma roda de bicicleta em cima de um banquinho de madeira. Foi preciso que o artista pegasse um objeto, a roda, e o acoplasse ao segundo, o banquinho. Para a criação dessa obra, foi preciso um trabalho conceitual: a associação de dois objetos para a criação de um terceiro, uma espécie de quimera (Onfray, 2017). Por sua vez, ele considera que o verdadeiro nascimento do *readymade* ocorreu em 1914, quando Marcel Duchamp escolheu um porta-garrafas e se contentou em apenas assiná-lo. Ele não o transformou, nada a ele acrescentou, apenas o assinou. Esse ato particular é considerado o ato de nascença da arte contemporânea. Não foi necessário ser técnico nem artesão, bastou ser conceituador e performativo.

Em relação à obra, ela pode então ser qualquer coisa, mas numa hora determinada. O valor mudou de lugar: está agora relacionado ao lugar e ao tempo, desertou o próprio objeto. A divisão entre estética e arte se faz em benefício de uma esfera delimitada como palco, onde o que está sendo mostrado é arte. Nesse caso, o autor desaparece como artistapintor, ele é apenas aquele que mostra. Basta-lhe apontar, assinalar. (CAUQUELIN, 2005, p. 94)

O linguista John L. Austin postulou uma teoria que foi publicada no livro póstumo *How to Do Things with Words* em 1962, sobre *performative utterances*, ‘atos (ou enunciados) performativos’. Expressão essa que é derivada do verbo em inglês *perform*, ‘desempenhar’ ou ‘atuar’, e indica que o ato de dizer certo enunciado equivale a desempenhar uma ação e não apenas dizer qualquer coisa (Austin, 1962).

Dizeres como “sim” para indicar matrimônio e “eu aposto” para um contrato financeiro são exemplos de atos performativos. Ele atenta, porém, ao fato de que os dizeres não bastam em contextos desconexos:

The uttering of the words is, indeed, usually *a*, or even *the*, leading incident in the performance of the act (of betting or what not), the performance of which is also the object of the utterance, but it is far from being usually, even if it is ever, the *sole* thing necessary if the act is to be deemed to have been performed. Speaking generally, it is always necessary that the *circumstances* in which the words are uttered should be in some way, or ways, *appropriate*, and it is very commonly necessary that either the speaker himself or other persons should *also* perform certain *other* actions, whether ‘physical’ or ‘mental’ actions or even acts of uttering further words.⁷ (*Op. cit.*, p. 8, grifos do autor)

São precisas as palavras exatas, em circunstâncias apropriadas, ditas para pessoas desejosas de cumprir o ritual para haver um ato performativo, que foi o que aconteceu com Duchamp, e a arte que se configurou a partir dele, uma arte contemporânea, performativa. Ao assinar o porta-garrafas em 1914 e urinol em 1917, o artista determinou, nas circunstâncias apropriadas, para pessoas inclinadas ao seu ato, que aqueles objetos se tornariam arte.

Nesse ato performativo, a assinatura de Duchamp se torna tudo. Façamos o seguinte experimento imaginativo: se um indivíduo, que não é Marcel Duchamp, dirige-se à mesma loja e compra o mesmo urinol do artista, assina-o copiando a assinatura do artista e coloca-o à

| 7 | Em tradução livre do inglês: ‘O enunciado das palavras é, de fato, geralmente *um*, ou mesmo *o*, incidente principal na realização do ato (de apostar ou afim), cuja execução também é o objeto do enunciado, mas está longe de ser, geralmente, mesmo que seja, a única coisa necessária para que se considere que o ato foi executado. Falando de maneira geral, é sempre necessário que as circunstâncias em que as palavras são pronunciadas sejam, de alguma forma, ou algumas formas, apropriadas, e é muito comumente necessário que o próprio falante ou outras pessoas também executem certas outras ações, se ‘ações físicas’ ou ‘mentais’ ou mesmo atos de proferir outras palavras.’

mostra no mesmo local da obra do artista, esse urinol não será arte. Que seja o mesmo produto, o mesmo gesto, a mesma circunstância, ele não será arte. Assim, Onfray (2017) explica como a arte se tornou essencialmente mental e conceitual.

Retomemos a ideia de que um ato performativo necessita de serem palavras ditas, nas circunstâncias apropriadas, para pessoas certas. Esse raciocínio é similar ao que se referiu Duchamp quando afirmou que a obra de arte é feita pelo artista e por seu interlocutor:

The creative act is not performed by the artist alone; the spectator brings the work in contact with the external world by deciphering and interpreting its inner qualifications and thus adds his contribution to the creative act.⁸ (DUCHAMP, 1973, p. 140)

Sem o espectador, ou sem o desejo de cumprir com o ato performativo pela parte dele – sua aprovação –, muitos artistas não terão valor social nem serão lembrados na posteridade (*Op. cit.*, 1973). Se há compreensão do que fez Marcel Duchamp e sabedoria de que o urinol se constitui uma obra de arte pelos simples fato de que ela foi criada para um meio – o banheiro – e foi colocada em outro lugar – o museu ou a galeria –, então, a partir desse momento, por um princípio performativo, a obra de arte foi criada, e o museu ou a galeria se tornaram o lugar de produção de arte.

No caso da arte contemporânea, o espectador, quem a faz existir e ter validade é o curador, o galerista, o comprador rico, um indivíduo prescritivo, enfim. Quando do nascimento dos museus, no século XVIII, cujo fim era primariamente salvaguardar patrimônio, a arte morria ao ser afastada do público, na concepção de Onfray. Hoje ela não é viva enquanto não é exibida em um e enquanto o espectador não a faz existir. Nesse sistema, existe um deslocamento de papéis, em que o artista vira produtor, “[...] que coloca à frente, que exhibe um objeto” (Cauquelin, 2005, p. 96), e o produtor se torna observador, que dá

validade social ao quadro. Este último se configura ainda por indivíduos que fazem investimentos, compram telas, modificam cotas, enriquecem-se por estarem inseridos em uma rede artística pré-determinada e aprovada.

“O museu estabeleceu-se nos últimos séculos como espaço de contato com a arte por excelência.”
(Fernanda Proença, 2020, p. 305)

Antes de este estudo se constituir, museus já me eram instituições caras, e eu intendia estudá-los. Pelo olhar curioso de alguém que sempre passou horas por diversos desses espaços, esta pesquisa se configurou. Para mim, museus são instituições interessantes, de características diversas, e estão ligados, de maneira ou outra, à cultura de uma sociedade. Nesta pesquisa, tratarei unicamente dos museus de artes, mais especificamente, daqueles que trabalham com a arte contemporânea. Ludovico Solima (2002) define os museus como:

*istituzioni culturali al servizio della collettività, che hanno la finalità primaria di preservare attraverso le attività di conservazione e mettere a disposizione del pubblico (attraverso le attività di valorizzazione ed interpretazione) il proprio patrimonio, costituito dalle collezioni di opere e reperti accumulate nel tempo.*⁹ (p. 61)

Por sua vez, Fernanda Proença (2020) se refere a museus como espaços/ estruturas de caráter público ou privado, que foram construídos ou adaptados para a função de resguardar e expor patrimônio artístico de uma sociedade, viabilizando o contato da população com a arte:

O traço essencial em questão é a gestão institucionalizada do espaço expositivo, que imputa às obras presentes um discurso externo a elas, que pretende garantir alguma unidade entre esses seres tão específicos. Por mais bem intencionado que seja o trabalho museológico, em alguma medida ele se sobrepõe à alteridade radical que cada obra exige. No entanto, a seleção e a

| 8 | Em tradução livre do inglês: ‘O ato criativo não é realizado apenas pelo artista; o espectador põe a obra em contato com o mundo externo ao decifrar e interpretar suas qualificações internas e, assim, adiciona sua contribuição ao ato criativo.’

| 9 | Em tradução livre: ‘instituições culturais a serviço da comunidade, que têm primariamente o propósito de preservar (por meio de atividades de conservação) e colocar à disposição do público (por meio de atividades de valorização e interpretação) seu próprio patrimônio, que se constitui de coleções de trabalhos e artefatos acumulados ao longo do tempo.’

ordenação são traços incontornáveis, tanto em exposições temporárias quanto na delimitação de acervos permanentes. (Proença, 2020, p. 305)

Antes do período em estudo, os 100 primeiros dias da pandemia de covid-19, os museus com localidades específicas e estruturas físicas voltavam seus esforços para montar exposições *in loco* e deixavam suas redes sociais para publicizar serviços, como cursos, palestras, as próprias exposições e objetos à venda, como livros e *ecobags*. Com a impossibilidade de arrecadar bilheteria e oferecer seu principal serviço a seu público, os museus optaram por oferecer conteúdos de arte em que o acesso era simplificado, as redes sociais. Isso também ajudou a manter a lembrança de suas existências para seus possíveis visitantes quando reabrissem.

» 2.03 Aplicativo: Instagram

O Instagram (<https://www.instagram.com/>) é um aplicativo gratuito de plataformas móveis, como celulares e tablets, lançado em outubro de 2010 com o objetivo de criar uma rede social fácil e intuitiva para o compartilhamento de fotos tiradas pelo celular. Sua premissa era ser similar ao então popular Facebook (agora chamado Meta – <https://about.facebook.com/meta>), mas o objetivo de focar no compartilhamento de fotos e na interação de usuários direcionou suas funcionalidades e aparência. O uso de filtros, a visualização em formato de *feed*¹⁰, e as funções de comentar e curtir (avaliar uma publicação positivamente via toque de botão) foram seu chamariz. O lançamento do aplicativo – inicialmente apenas para o sistema operacional da empresa Apple Inc. (<https://www.apple.com/br/>), o iOS – coincidiu com a chegada do celular *smartphone* iPhone 4, que mostrou melhoras significativas na câmera. Nas palavras de Steve Jobs, criador do *smartphone* e fundador da empresa,

O iPhone 4 tem uma nova câmera de 5 megapixels com foco automático, zoom digital de 5x, um sensor traseiro iluminado e flash de LED embutido, que permite tirar fotos incríveis mesmo em ambientes escuros e com baixa iluminação. (Apple. <www.apple.com/br/newsroom/2010/06/07Apple-Presents-iPhone-4/>.)

Ainda que essas configurações hoje sejam ultrapassadas, à época, fazia apenas três anos que as pessoas tinham se libertado de câmeras digitais e analógicas para carregar no próprio bolso uma câmera que também era celular. Cada melhora na câmera do iPhone parecia imensa. A facilidade em tirar fotos, mostrá-las a conhecidos e guardá-las em um local sempre disponível ajudou a impulsionar a popularidade do Instagram. Seu sucesso imediato e crescente – após uma semana disponível, o aplicativo já havia sido baixado cem mil vezes – fez o interesse de investidores subir.

Poucos meses após seu lançamento, o aplicativo arrecadou sete milhões de dólares em investimentos e passava a valer 25 milhões de dólares (Blystone, 2020). Em março de 2012, sua base contava com 27 milhões de usuários e, no mês seguinte, em conjunto com seu lançamento para o sistema operacional de celular Android, da empresa Google, o aplicativo foi comprado por aproximadamente um bilhão de dólares pelo seu concorrente Mark Zuckerberg (*Op. cit.*, 2020).

Meu objetivo aqui não é exaurir o aplicativo em suas funções, porém listar algumas que façam sentido em sua compreensão geral e neste trabalho em si. O Instagram, primariamente, oferece as seguintes funções de compartilhamento de imagens:

- » Acesso direto à câmera do dispositivo para realização de capturas rápidas de fotos;
- » Acesso às pastas do dispositivo para publicação de fotos, imagens e vídeos já salvos;
- » *Feed* de compilação de fotos de outros usuários que o indivíduo segue e possa vir a ter interesse em seguir

| 10 | *Feed* é o nome dado a uma composição em grade, no caso do Instagram, de três colunas de imagem, em que as publicações (imagens) mais recentes são dispostas acima e à esquerda das outras. Para acessar as mais antigas, é preciso fazer um movimento de rolagem – gesto de dedo ou de *mouse* – para baixo.

- (ainda que hoje o algoritmo de compilação tenha sido modificado);
- » Ferramenta de busca para ampliar a conexão do indivíduo a outros usuários, empresas e temas;
 - » Botões para curtir as publicações, assim como espaços para deixar comentários nelas;
 - » Visualização de metadados, como data de publicação, localização e métrica numérica de avaliações positivas (quantidade de curtidas);
 - » Foco visual para a imagem, que ocupa a maior parte da tela, nas publicações;
 - » Possibilidade de adição de filtros a fotos (edições pré-determinadas) e de utilização de outras ferramentas básicas de edição de fotos, como exposição, contraste, saturação, realce, nitidez;
 - » Espaço para o compartilhamento de textos, mas apenas se conjugado a imagem (seja no local apropriado seja na própria imagem);
 - » Função de carrossel, em que é possível adicionar várias fotos ou vídeos em uma mesma publicação (vários conteúdos imagéticos e um texto só). As fotos/ vídeos são vistas uma de cada vez, ao realizar gesto de arrastar o dedo para os lados;
 - » Uso de geolocalização e *hashtags* (agregação de conteúdo via comando # + *texto*) para busca facilitada de publicações de quaisquer usuários por tema ou por localidade.

A soma dessas funções culminou em um aplicativo que as pessoas usam diariamente para registrar e compartilhar com conhecidos eventos cotidianos, como hábitos alimentares, atividades físicas, viagens. E, por muitos anos, o Instagram se destacou entre as redes sociais, e seu objetivo primário parecia bastar. Com a popularização de outros aplicativos que conquistaram o público adolescente, como o (Snap., Inc. – <https://www.snap->

[chat.com/](https://www.snapchat.com/)) – rede de compartilhamento de vídeos curtos e efêmeros – e o TikTok (Beijing ByteDance Technology Co. Ltd. – <https://www.tiktok.com/pt-BR/>) – plataforma de compartilhamento de vídeos curtos e permanentes –, o Instagram se viu na necessidade de incluir outras funções e direcionar sua atenção para o vídeo para continuar relevante. As principais adições foram *stories*, ferramenta de compartilhamento de fotos e vídeos curtos, de até 15 segundos, que são automaticamente apagados após 24 horas, e de *reels*, vídeos permanentes de até 60 segundos mais fáceis de serem descobertos por desconhecidos.

Ainda que o compartilhamento de fotos e imagens seja proeminente em sua característica permanente do *feed*, é possível observar um aplicativo que tenta abraçar as características únicas de seus concorrentes e acaba se perdendo em objetivo. Porém isso não o impede de continuar bem-sucedido e popular. De acordo com dados estatísticos informados pela empresa-pai Facebook/Meta, o Instagram tem algo próximo a um bilhão de usuários ativos mensalmente (dados de junho de 2018) e um tráfego de 500 milhões de usuários que acessam o aplicativo diariamente (dados de setembro de 2017). Cerca de 80% dos brasileiros segue uma empresa no Instagram, e esse número cresce para 90% em países como os Estados Unidos da América e a Alemanha¹¹. Não é de se espantar que museus tenham integrado o Instagram a seu plano de comunicação, como uma ferramenta para atingir seu próprio público e também expandi-lo para outras geografias.

Comunicação digital não é novidade. Mais de trinta anos após o nascimento da *World Wide Web* em 1989, empresas privadas e instituições públicas têm voltado seus esforços para acompanhar os processos de mudança e inovação pelos quais atividades de comunicação têm passado. Da introdução de novos canais – como o Instagram – e a emergência de novos atores envolvidos na experimentação de novos processos, o setor digital domina este cenário (Lovari & Masini, 2008; Riva, 2010; Cavallo & Spadoni, 2010; Bennato, 2011).

¹¹ | Dados retirados do Facebook/Meta. Disponíveis em: <<https://www.facebook.com/business/marketing/instagram>>. Acesso em: 20 de setembro de 2021.

Em março de 2020, após o anúncio da Organização Mundial de Saúde sobre a condição de contaminação global do SARS-CoV-2, fechadas como caramujos e distantes de alheias casas, as pessoas puderam se dedicar ao tempo virtual. Empresas e instituições, impedidas de oferecer quaisquer serviços que envolvessem a aglomeração de pessoas, também focaram seus esforços trabalhistas para o virtual.

Assim, escolhi trabalhar com publicações fixas – do *feed*, uma grade de várias linhas, compostas por três colunas de publicação, em que só é possível visualizar a parte de imagem em tamanho reduzido e conformado em quadrado – para haver o registro *online* do que for apresentado por mim na pesquisa e facilitar o resgate meu e de outros interessados, já que outras publicações, como *stories* e *lives* – funções que se excluem após 24 horas – podem se perder se o perfil decidir ativamente por não os salvar. *Reels*, por sua vez, é uma função nova, em que os usuários geralmente repostam seus vídeos feitos no Tik Tok. Não é possível ainda visualizar uma movimentação consistente de museus e dos perfis escolhidos em direção a essa ferramenta e, por isso, ela também ficará de fora do escopo deste estudo.

Uma ferramenta do Instagram que levanta certo questionamento, mas que não é foco deste estudo é aquela de tradução. Como produto do Facebook, o Instagram compartilha da sua ferramenta de tradução, que permite a seus usuários compreender, pelo menos, o tema das publicações em outras línguas. A ferramenta tende a ser confiável na tradução de palavras, expressões e estruturas frasais padrões, porém ainda não contempla o entendimento de polissemias, jargões e liberdades criativas de nativos da língua (quem sabe após mais alguns anos de aprendizado de máquina). Assim, se há uma publicação em língua estrangeira daquela identificada no celular do indivíduo que utiliza o Instagram, logo após os comentários, é possível encontrar um botão de fonte pequena, ao lado do tempo decorrido após a publicação, escrito

Ver tradução. Ao tocá-lo, o texto é imediata e automaticamente traduzido para a língua identificada no celular. A ferramenta facilita o acesso a textos complementares às obras publicadas: um visitante de museu estrangeiro que não compreende uma segunda língua, principalmente, o inglês, talvez pouco se aproveite das explicações culturais que acompanham as obras. Se existe interesse em ler o texto que acompanha as obras tanto em museus quanto no Instagram, essa não é tanto uma preocupação. O acesso é possível.

Uma questão importante de ser ressaltada é a navegação pelo *feed* de um perfil, que não é pensada como ferramenta de estudo ou resgate. Não é possível realizar busca por palavra-chave, parte de texto nem data. Isso faz que, para recuperar uma publicação antiga, é preciso rolar a tela para baixo, esperar cada linha de três colunas carregar até encontrar a publicação desejada. Muitas vezes, se o aplicativo permanece aberto, ele se atualiza e retorna à ao topo de cada página, deixando para trás a marcação espacial antes realizada. O Instagram não é, definitivamente, programado para facilitar memória, mas para constantemente exibir novos estímulos e evitar a evasão por tédio ou desinteresse.

Este estudo não mede engajamento nem alcance das publicações de cada perfil de museu, porém resguardo-me na intenção de coletar alguns metadados, como números de curtidas e comentários como certo balizador das escolhas de publicação. No capítulo a seguir, apresento uma breve introdução, assim como os dados coletados de cada perfil.

» 2.04 Nota como designer imersa

Sei, e me faço lembrar, à medida que escrevo esta dissertação na primeira pessoa do singular, que sou uma pesquisadora de subjetividade que perpassa mote, motivo, método, e todas as seções desta pesquisa. Tenho viés,

opinião e sentimento, principalmente pelo fato de que eu também estou imersa na pandemia. Foram meses de conversas via tela retroiluminada e conexão instável, bibliotecas fechadas, impossibilidade de uma conversa informal sobre um café aromático, ansiedade em entrar em contato com pessoas novas. Reconheço que algumas decisões epistemológicas são menos científicas, e bem menos rígidas, que outras. Reconheço ainda certa mistura entre a escrita acadêmica e a artística, principalmente em certas áreas do design, como esta que estudo agora, um contato entre os dois, entretanto creio que, feitas ressalvas, a pesquisa se torna válida para o campo e dela podem-se retirar caminhos para métodos, para análises e – por que não? – poéticas. Posiciono-me nesta dissertação como designer, imersa e humana, capaz de sistematizar interlocuções, perceber paralelismos e nuances e reconhecer limitações.

... | 3 método

O percurso metodológico de pesquisa foi uma maneira de organização de dados retirados de uma plataforma virtual e partiu de uma hipótese, a de que museus com maiores orçamentos e força de trabalho mais bem se desempenhariam após o fechamento de suas portas, em uma transposição forçada para o essencialmente virtual. Por ser uma pesquisa exploratória, com adições subjetivas, aprendi com o processo de desenvolvimento do estudo e, diante de um método pouco rígido, procurei até mesmo compreender sua utilidade em testar a hipótese inicial. Como recorte de pesquisa, escolhi trabalhar com os seguintes museus, e seus respectivos perfis na rede social Instagram:

- » o Museu de Arte Moderna–MoMA, em Nova York, nos Estados Unidos da América;
- » o Instituto de Arte Contemporânea–ICA, em Boston, nos Estados Unidos da América;
- » o Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo–MAC-USP, no Brasil; e
- » a Pinacoteca do Estado de São Paulo, no Brasil.

O primeiro critério de seleção para este agrupamento incluiu museus que fossem instituições consagradas, com anos de existência, e que possuíssem estruturas físicas, prédios, para a exposição de seu acervo e de obras temporárias. O segundo critério utilizado foi sua relação com arte contemporânea. Foi preciso identificar que eles a expusessem, de alguma forma, em seus espaços físicos e virtuais. Outro critério foi escolher um grupo de museus que fosse distinto em suas características gerais, como tamanho físico, alcance de público, número de seguidores, quantidade de funcionários dedicados a departamentos diferentes para que a hipótese – museus com maiores orçamento e força de trabalho tiveram melhor desempenho na transposição do físico para o virtual – e pudesse ser testada. Por fim, admito um viés subjetivo ao escolher museus do Brasil e dos Estados Unidos da América. O primeiro por ser o país em

que nasci e moro e o segundo, por estar mais próximo da minha realidade.

Ainda que sejam diferentes, todos publicam e divulgam obras de arte contemporânea em seu *feed*. As quatro instituições culturais são consagradas, com milhares de visitantes por ano, têm orçamento e geram renda. Possuem vasta equipe de funcionários especializados e especialistas para garantir o serviço prestado, além de ter acervo permanente, próprio, e acomodar cuidadosamente diversas exposições, de artistas, obras, suportes, temas, provocações diferentes todos os anos. É possível ainda estabelecer certa gradação entre os museus selecionados: o MoMA seria o topo, por ser mais conhecido e mais rico; em segundo lugar, viria o ICA por ainda ter renda em dólares (hoje na faixa de R\$ 5); em terceiro, a Pinacoteca por sua captação privada, além de receber dinheiro do Estado e, por fim, viria o MAC-USP, que, apesar de ter um grande espaço físico, recebe pouco repasse de dinheiro do Estado.

Mesmo que se dediquem às experiências virtuais, como oferecimento de palestras e cursos, seu principal serviço é a exposição de obras de arte curadas e reconhecidas pela rede artística no espaço entre as paredes dos espaços físicos.

Todos já possuíam perfis no Instagram e eram ativos em suas publicações do *feed*; foi o que pude verificar após uma rápida contagem dos 100 dias anteriores de publicações. Cada uma dessas instituições tem histórias, organizações e visões distintas entre si, que serão explicadas nas seções abaixo.

» 3.01 MoMA–The Museum of Modern Art

O Museu de Arte Moderna–MoMA, localizado na 53ª Rua de Manhattan, na cidade de Nova York (NY), nos Estados Unidos da América, é um dos espaços de exibição de arte mais famosos e consagrados do mundo contemporâneo

ocidental. Fundado em novembro de 1929, foi o primeiro museu inteiramente voltado para a arte da era moderna, objetivo até então inédito em grande escala.

O museu, privado, foi idealizado por três influentes patronas das artes, Abby Rockefeller, Lillie Bliss e Mary Quinn Sullivan e, desde sua concepção, pôde usufruir de diretores e apoiadores da alta sociedade estadunidense, como Conger Goodyear, Paul Sachs, Frank Crowninshield, Josephine Boardman Crane e Alfred H. Barr, Jr. Se a data de fundação do museu ainda não lhe causou espanto, atente-se para a criação de um espaço artístico que foi capaz de sobreviver a um dos piores momentos da história econômica estadunidense: o *crash* da Bolsa de Nova York, uma queda abrupta e acentuada dos preços das ações, geralmente provocada por pânico, associado a fatores econômicos subjacentes.

Apesar da Grande Depressão que sucedeu o estopim, o museu, então um espaço de seis salas de galeria e escritórios no vigésimo andar do prédio Heckscher Building, na esquina da Quinta Avenida com a 57ª Rua, também em Manhattan, não apenas sobreviveu, mas cresceu ao longo do tempo, devido à influente rede de contatos da alta sociedade estadunidense de suas idealizadoras. Nos dez anos seguintes, o museu passou por mais três lugares diferentes, antes de se fixar no lugar que está localizado até hoje. Esse mesmo prédio ainda passou por múltiplas reformas. Em 2006, foi reformado para praticamente dobrar de tamanho e contar com 58.5000 metros quadrados de espaço para abrigar seções específicas para mais exposições, salas de educação, auditórios, bibliotecas¹².

Hoje sua extensa e variada coleção oferece um panorama das artes moderna e contemporânea, com aproximadamente 200 mil obras que incluem pinturas, esculturas, ilustrações, fotografias, mídias de performances, modelos arquitetônicos, objetos de design e filmes, de acordo com o próprio site¹³. A mais nova reforma foi ambiciosamente projetada pelo escritório de arquitetura Diller Scofidio + Renfro, cuja visão se centra em torno do

| 12 | Retirado de: <<https://www.moma.org/about/who-we-are/moma-history>>.

| 13 | Retirado de: <<https://www.moma.org/about/who-we-are/moma-history>>.

vidro: “*the modernist aspirations of glass, the utopian ones about democratizing space and about the extension between the outside and the inside.*”¹⁴ (Diller apud Orlando, 2020). O MoMA tem hoje um propósito dividido, que se compromete a exibir obras para a posteridade, enquanto em sua constante busca pelas melhores e mais importantes obras da contemporaneidade, contrastando o novo e surpreendente com a preservação de todas as conquistas passadas (Orlando, 2020).

“We rightly use the word ‘experimental;’” Glenn Lowry, moma’s director since 1995, said as he explained the new scheme, which will necessitate a radical acceleration in the rotational process of each gallery, aggressively blending the old and the new and replacing a full thirty per cent of the displayed artwork every six months. “When you think back on Alfred Barr and what MoMA meant when it was originally founded ... to have a department of architecture, design, film, beyond painting and sculpture; that was amazing and revolutionary;” Diller recalled, “but that felt out of touch with the way that people tell the stories of the twentieth century—it was a lack of diversity both geographically and racially in the way that modernism was depicted. The bold move of erasing the presentational divisions between types of art will, according to Ann Temkin, the chief curator of painting and sculpture, allow moma to “tell the kind of multitudes of stories that we think our history is made of.”¹⁵ (*Op. cit.*, 2020)

A instituição, grande em renome e em espaço, reflete uma relação íntima entre arte, arquitetura e visitação. Pés direitos altos, vidros, luminosidade natural adentrando portas e janelas. São misturas de temas, e cada canto pensado em detalhes.

But the new MoMA isn’t a static object or a solid; it’s a hydra, wending its way behind the permanent parade of silver and black curtain walls on West 53rd Street, snaking upward in three strands, west, north, and south, behind surfaces that are grandly and blandly fine. [...] MoMA has doubled down on details and dun-colored materials, but the museum wasn’t so foo-

| 14 | Em tradução livre: ‘as aspirações modernistas do vidro, as utópicas de democratizar o espaço e da extensão entre o exterior e o interior’.

| 15 | Em tradução livre: “‘Usamos corretamente a palavra ‘experimental’”, disse Glenn Lowry, diretor do MoMA desde 1995, ao explicar o novo esquema, que exigirá uma aceleração radical na rotatividade de cada galeria, combinando agressivamente o antigo e o novo e substituindo trinta por cento da obra de arte exibida a cada seis meses. “Quando você pensa em Alfred Barr e no que o MoMA queria dizer quando foi originalmente fundado ... ter um departamento de arquitetura, design, cinema, além de pintura e escultura; isso foi incrível e revolucionário”, lembrou Diller, “mas parecia fora de sintonia com a maneira como as pessoas contam as histórias do século XX – era uma falta de diversidade geográfica e racial na forma como o modernismo era retratado. O movimento ousado de apagar as divisões de apresentação entre os tipos de arte irá, de acordo com Ann Temkin, a curadora-chefe de pintura e escultura, permitir que MoMA “conte o tipo de multiplicidades de histórias das quais pensamos que nossa história é feita.

| 16 | Em tradução livre: 'Mas o novo MoMA não é um objeto estático ou sólido; é uma hidra, lentamente encontrando seu caminho atrás de uma parada permanente de cortinas prateadas e pretas na 53ª Rua, rastejando para cima de árvores, à oeste, norte e sul, atrás de superfícies que são grande e desinteressantemente boas. [...] o MoMA apostou em detalhes e materiais de cor parda, mas não foi tão tolo a ponto de pedir a seus novos arquitetos mais espaços grandes. Em vez disso, eles foram solicitados a resolver um problema de tráfego: como conseguir que 2,8 milhões de visitantes por ano andassem pelas galerias sem pontos de estrangulamento nem filas, confusão ou decepção. Daí a hidra, que brota de um saguão que parece lavado a energia e se bifurca em galeria após galeria de maiores sucessos e novas surpresas.'

lish as to ask its new architects for more grand spaces. Instead, they were asked to solve a traffic problem: how to get 2.8 million visitors per year through the galleries without choke points and lines, confusion and disappointment. Hence the hydra, which springs from a lobby that appears power-washed and forks into gallery after gallery of greatest hits and new surprises¹⁶. (LANGE, 2019)

A entrada do MoMA varia de US\$ 14 a US\$ 25, e o museu funciona com mais de aproximadamente 960 funcionários. Oferece exposições, cursos, *workshops*, palestras, inclusive com uma vasta programação virtual. Neste estudo, porém, esses outros pontos de contato virtuais não cabem no escopo. Será coletado e discutido aqui apenas as publicações permanentes, estáticas, em *feed* em seu perfil no Instagram. Uma janela imediata de acesso à reação do museu aos acontecimentos cotidianos.

» 3.02 ICA–Institute of Contemporary Art

O Instituto de Arte Contemporânea de Boston–ICA/ Boston, no estado de Massachussets, nos Estados Unidos da América, é um museu e espaço de exibição, privado, sem fins lucrativos, localizado ao sul da cidade, na região portuária. Foi fundado em 1936 como Museu de Arte Moderna de Boston, na ideia de seguir os passos de sua clara inspiração, o Museu de Arte Moderna de Nova York–MoMA, e com a missão de expor arte contemporânea. Nos anos iniciais, funcionava dentro de um espaço cedido na Universidade Harvard. Ao longo de sua história, mudou algumas vezes de nome e de sede para se adaptar a seus ideias e para reagir aos tempos. Em 2006, foi transferido para o local que está hoje, um prédio de mais de 6.000 metros quadrados, projetado pelo mesmo escritório de arquitetura da última reforma do MoMA, Diller Scofidio + Renfro. Sua construção fez parte do plano de revitalização da região portuária da cidade. O novo local

permitiu ainda que o museu começasse a formar um acervo permanente próprio; até então, tinha focado seus esforços principalmente em exposições temporárias.

A decisão de possuir um acervo permanente foi alimentada pelo desejo de aumentar a diversidade de experiências possíveis, assim como permite a produção de materiais educativos mais complexos. Sua missão hoje é “share the pleasures of reflection, inspiration, provocation, and imagination that contemporary art offers through public access to art, artists, and the creative process¹⁷” e possui uma coleção permanente que oferece um panorama diverso de obras de arte dos cenários nacional e internacional.

» 3.03 MAC-USP–Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo

O Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo–MAC-USP iniciou sua história com a doação do acervo do Museu de Arte Moderna de São Paulo–MAM/SP, em 1963, por seu fundador Ciccillo Matarazzo. Em seus primeiros anos, o museu funcionava no terceiro andar do pavilhão que hoje abriga as Bienais no Parque do Ibirapuera. Posteriormente, foi transferido para dentro da Cidade Universitária, em 1992, em um prédio que havia sido construído intencionalmente para ser sede do museu. Em 2012, o museu foi novamente transferido, desta vez para o lugar em que está localizado até hoje, ao lado do Parque do Ibirapuera. O prédio foi projetado por Oscar Niemeyer para abrigar o Palácio da Agricultura, mas tornou-se sede do Departamento Estadual de Trânsito (Detran), órgão público que o ocupou até 2008. A ocupação do prédio, então vazio, pelo museu, trouxe um espaço de 23.000 metros quadrados de área utilizável e também um custo de manutenção elevado, que agora estava sob orçamento da universidade. Instituição financeira pública, ligada à universidade, o MAC-

| 17 | Em tradução livre do inglês: 'compartilhar os prazeres da reflexão, inspiração, provocação e imaginação que a arte contemporânea oferece por meio do acesso público à arte, aos artistas e ao processo criativo.'



| img 1 | Exemplo de publicação do perfil da Pinacoteca do Estado de São Paulo com atitude de distanciamento da deferência à obra

-USP tem vários problemas orçamentários e de repasse de dinheiro do governo, como tem sido praxe com as universidades públicas do país, que, cada vez mais, precisam se virar com menos dinheiro. Isso acarreta um museu com espaço largo e cheio de possibilidades, que se mantém acanhado por, muitas vezes, não ter dinheiro para emoldurar as obras. Porém, como instituição ligada à universidade, permite a aproximação de alunos e professores de diferentes áreas e está no meio da produção acadêmica.

De acordo com o site do museu, ele “é responsável pela salvaguarda do mais importante acervo de arte dos séculos 20 e 21 do país, contando com um público que vem crescendo ano a ano e que em 2018 chegou aos 300 mil visitantes” (Retirado de: <http://www.mac.usp.br/mac/conteudo/institucional/institucional_comu.asp>.), São cerca de dez mil obras em acervo, que continua em expansão, já que o museu ainda é o local para onde são enviadas as artes em litígio do estado de São Paulo.

» 3.04 Pinacoteca de São Paulo

A Pinacoteca de São Paulo é “reconhecida como o mais antigo museu de arte da cidade de São Paulo, um dos mais importantes museus de arte do Brasil e uma das mais dinâmicas instituições culturais do país” (Plano Museológico 2019-2023) e tem ênfase na exposição de artes visuais produzidas no Brasil do século XIX até a contemporaneidade. Foi fundado em dezembro de 1905 pelo Governo do Estado, para ocupar uma parte do Edifício do Liceu de Artes e Ofícios. Regulamentado em 1911 como museu público estadual e vinculado à Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado, hoje situa-se na Praça da Luz, no centro histórico de São Paulo.

A Pinacoteca elabora e apresenta projetos públicos multidisciplinares, abriga um programa educativo abrangente e inclusivo e

se dedica às artes visuais brasileiras e ao seu diálogo com as culturas do mundo ao colecionar, estudar, preservar, expor e comunicar seus acervos para promover a experiência do público com a arte, estimular a criatividade e a construção de conhecimento. (Disponível em: <<http://pinacoteca.org.br/a-pina/7200-2/>>.)

Ainda que a Pinacoteca não tenha enfoque de acervo físico em arte contemporânea, o museu publicou obras de arte contemporânea no período observado e tomou uma decisão não-ortodoxa ao compartilhar obras de seu acervo no Instagram, cujo perfil é @pinacotecasp, que mereceu meu interesse nesta pesquisa. Em suas publicações (imagem 1), acrescentou um retângulo branco, que cobrisse quase um terço da parte inferior da obra, além do texto #pinaemcasa em fonte não serifada, de peso robusto e corpo grande, de modo a ocupar quase todo o retângulo. Essa atitude deve ser considerada como contemporânea, uma vez que esconde, encobre, interfere na obra e causa distanciamento do deferimento comum que é encontrado na reprodução de obras de arte não contemporâneas. O decreto de fechamento das portas para evitar a contaminação por covid-19, para o Estado de São Paulo, começou em 16 de março de 2020.

Decidida por observar esses quatro diferentes perfis, acompanhei cada um deles semanalmente, realizando capturas de tela das publicações que pensava serem interessantes e servir para a discussão. As capturas de tela foram armazenadas em uma pasta no computador. À medida que as semanas passaram, fui percebendo padrões de compartilhamento e anotando similaridades e recorrências para que pudesse finalmente agrupá-las.

No capítulo seguinte, as publicações coletadas de cada museu, durante o período de 12 de março a 20 de junho de 2020, no *feed* serão aprofundados e discutidas.

... | 4 dados obtidos

Esta pesquisa obteve dados brutos, para análise qualitativa, recolhidos via captura de tela – ato conhecido também por “fazer *print*” ou “tirar um *screenshot*” – das publicações fixas, no período de 12 de março de 2020 a 20 de junho do mesmo ano, de cada um dos perfis de museus selecionados para seu escopo, procedimento que permitiu resgate e visualização rápidos dos conteúdos das publicações em suas unidades. Ao mesmo tempo, os perfis no próprio aplicativo foram utilizados várias vezes para o resgate de publicações como uma maneira de buscar o todo e a experiência real de acesso. Esse resgate à fonte poderia ainda ser significativo se tivesse havido um estudo aprofundado de quantificadores, como números de curtidas e de seguidores, que poderiam se modificar ao longo do tempo. Os dados referentes a esta parte do trabalho estão todos disponíveis *on-line*, no aplicativo do Instagram, nos seguintes hiperlinks de texto:

Institute of Contemporary Art/ Boston.

<<https://www.instagram.com/icaboston/>>.

Museu de Arte Contemporânea da USP.

<https://www.instagram.com/mac_usp/>.

Pinacoteca do Estado de São Paulo.

<<https://www.instagram.com/pinacotecasp/>>.

The Museum of Modern Art. <<https://www.instagram.com/themuseumofmodernart/>>.

Outros tipos de dados, como características dos museus para contextualização e preenchimento de requisitos para comparação, também foram recolhidos da internet, de diversas fontes: relatórios publicados, reportagens e páginas institucionais. Os dados recolhidos para compor as características gerais de cada museu e que fornecem um contexto para cada um foram os seguintes:

- » localização, que permite situar os quatro museus;
- » ano de fundação, que situa cada museu e sua história em um período de tempo;
- » área em metros quadrados para comparação de espaço físico e renda disponíveis;

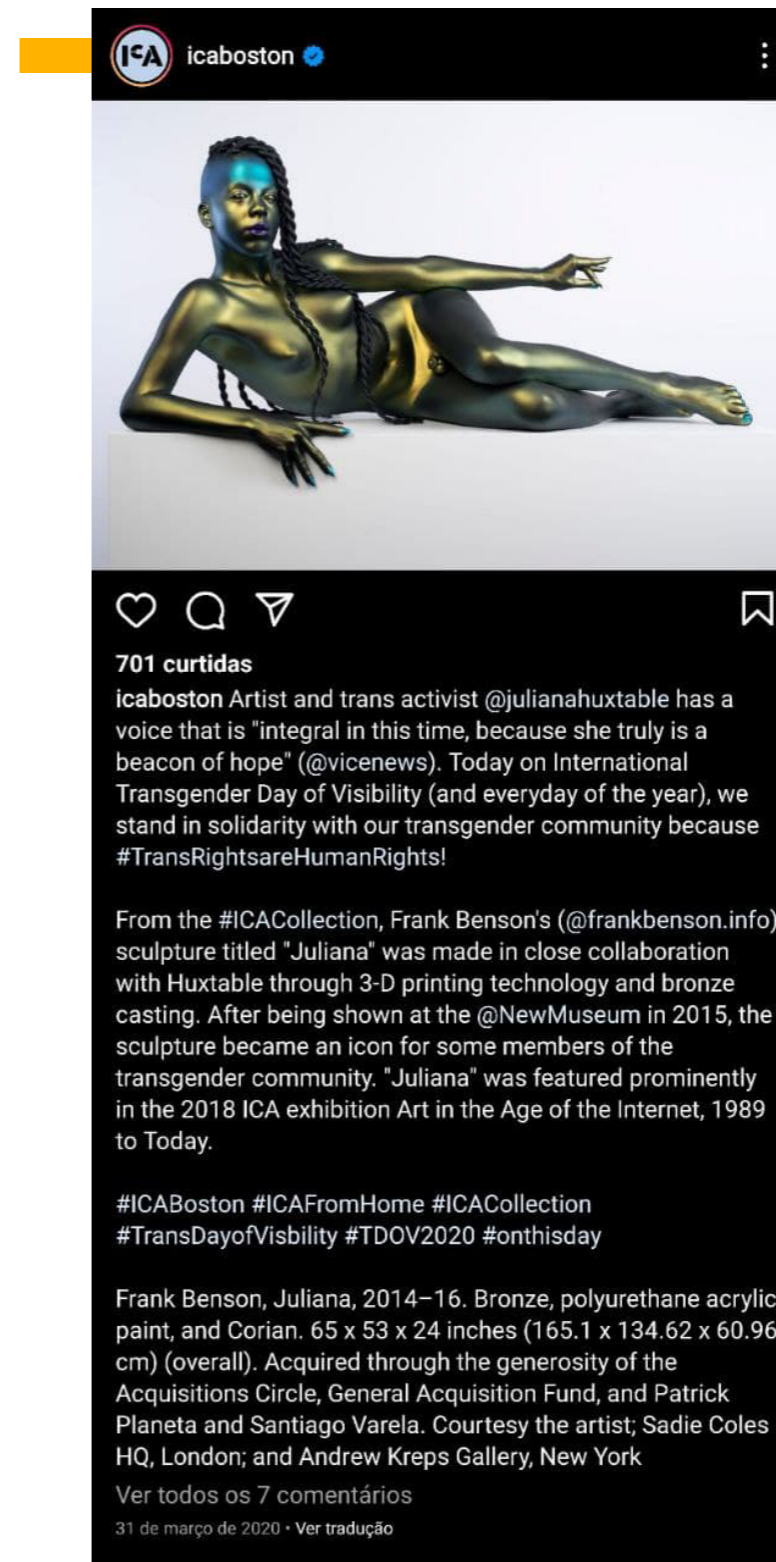
- » orçamento em 2019, que serve como metonímia para orçamentos de outros anos e a relação de disponibilidade de dinheiro que cada museu tem;
- » Mantenedor, que, de certa forma, justifica a relação de cada museu com sua própria renda;
- » Número de visitantes em 2019, que serve como metonímia para esse dado de outros anos e a popularidade do museu;
- » Quantidade estimada de funcionários, dado difícil de obter ao certo, mas que poderia indicar especialização de uma equipe de comunicação para se voltar aos esforços de publicar no Instagram ou não;
- » Preço do ingresso, que ajuda a compor a renda;
- » Número de seguidores no perfil do Instagram até dezembro de 2021, que pode ser análise futura para indicar sucesso e crescimento do perfil;
- » Número de publicações fixas no perfil do Instagram nos 100 dias anteriores, que estabelece grau de comparação para a frequência de publicação e da atividade do perfil; e
- » Número de publicações fixas no perfil do Instagram nos 100 dias considerados, que estabelece grau de comparação para a frequência de publicação e da atividade do perfil.

Como critérios para discussão de como cada museu reagiu e se comportou em seu perfil do Instagram durante o período, seguem:

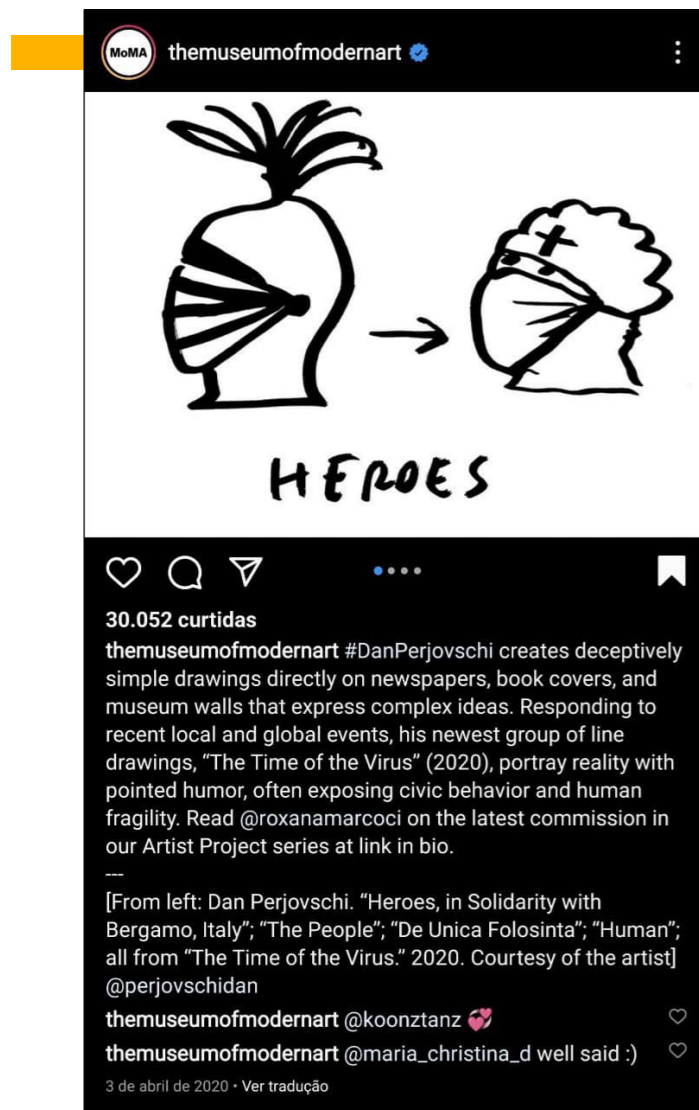
- » Fechamento durante os 100 dias considerados, que confirma o impedimento de receber visitantes no espaço físico e valida o raciocínio de que o virtual se tornou o local unicamente possível;
- » Seleção de obras para publicação com tema isolamento social, tema que me indagou inicialmente e se relacionava diretamente com o contexto mundial;

- » Análise de obra, tipo de publicação que se aproxima da configuração de uma exposição de arte, em que se vê obra e texto sobre a obra conjugados;
- » Organização de publicações afins em série recorrente, que se configura em uma sequência de publicações que podem ser vistas como individuais ou parte de um todo, assim como acontecem em exposições de arte em espaços físicos;
- » Uso de temáticas específicas para as publicações, que foi uma das principais inquietações nesta pesquisa: se houve ou não temáticas comuns nas publicações entre os perfis e, se houver, quais foram;
- » Proposição de exposições novas durante o período, que indicaria um propósito de fazer do espaço virtual um espaço para a criação de conteúdo; e
- » Divulgação de reação artística à pandemia, em que se buscam obras de arte contemporânea criadas após o dia 12 de março de 2020 e o contexto mundial que as influenciaria.

Nas páginas seguintes, apresentarei algumas capturas de tela – duas de cada perfil que compõe esta pesquisa, oito no total – que me pareceram mais interessantes – caudalosas, quiçá – para a discussão apresentada no capítulo 5. Após as capturas, apresento uma tabela com dados resumidos de cada museu sob os mesmos critérios de avaliação. Esses dados servirão para verificar a possibilidade de aceitar ou refutar a hipótese deste estudo.



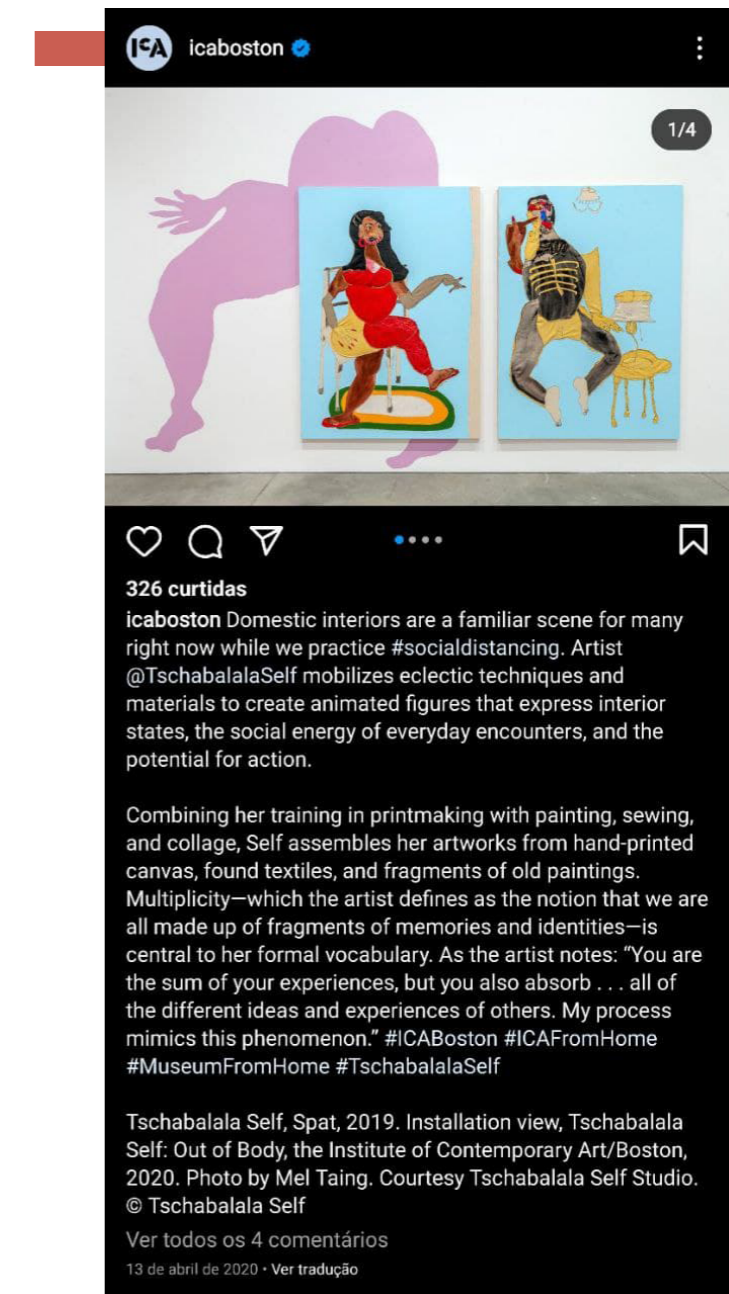
| img 2 | Captura de tela de publicação do ICA/Boston em 31 de março de 2020.



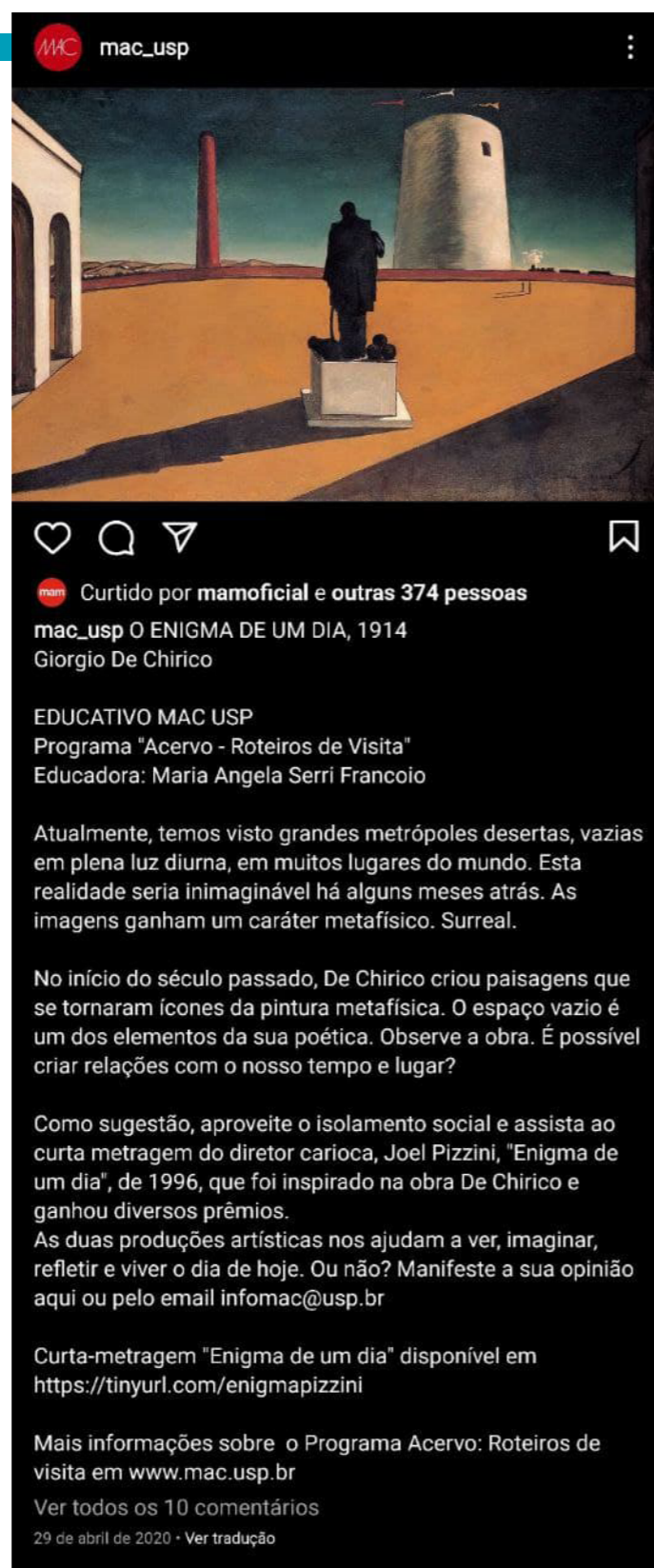
| img 3 | Captura de tela de publicação do MoMA em 3 de abril de 2020.



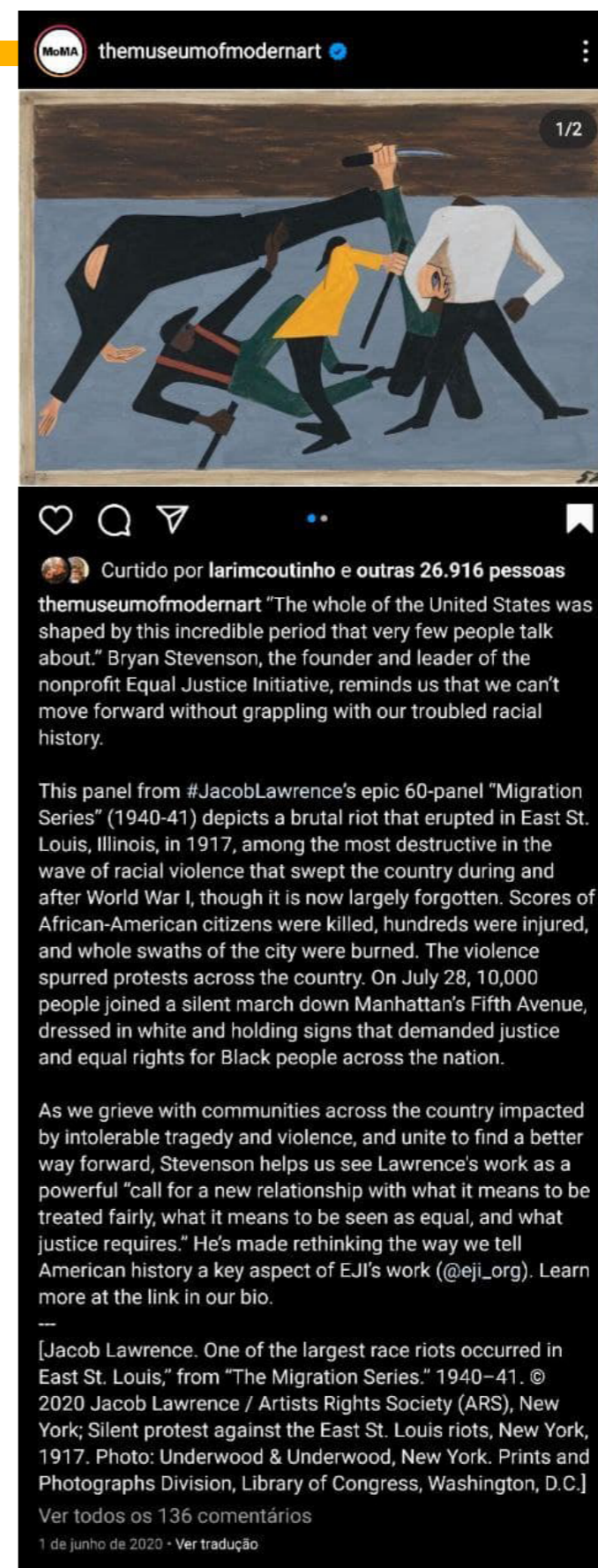
| img 4 | Captura de tela de publicação do MAC-USP em 11 de abril de 2020.



| img 5 | Captura de tela de publicação do ICA/Boston em 13 de abril de 2020.



| img 6 | Captura de tela de publicação do MAC-USP em 29 de abril de 2020.



| img 7 | Captura de tela de publicação do MoMA em 1° de junho de 2020.



pinacotecasp Você, que acompanha o #pinadecasa, já viu a mostra Distância, que está em cartaz no site da Pinacoteca até 3 de agosto? A primeira exposição online feita pelo museu reúne um filme e quatro vídeos do seu acervo. Para reforçar o convite, o post de hoje é sobre uma dessas obras, Da janela do meu quarto (2002), de Cao Guimarães.

De um primeiro andar, com uma câmera Super-8, o artista mineiro filmou duas crianças na rua em um dia de chuva. A cena é um flagrante, não foi encomendada nem muito menos dirigida, e sim encontrada espontaneamente durante uma viagem ao Pará. Cao documentou o movimento das crianças como um voyeur, que vê sem ser visto. Pelos seus olhos, nos tornamos também observadores anônimos e experimentamos uma perspectiva que, ao invés de separar, une o dentro e o fora, o íntimo e o público.

O registro ganhou poucos cortes de edição e uma trilha sonora do coletivo O Grivo. Sua simplicidade técnica e narrativa ajudam a manter o foco nas características próprias da situação observada. Uma dessas características, talvez a mais bela e intrigante, é sua ambiguidade. Tanto brincadeira quanto briga, tanto processo quando fim em si mesmo, o gesto contínuo das crianças nos convida a relativizar os dualismos e aprender a lidar com formas de vida e expressão pautadas pela liberdade de seguir buscando.

Aqui vemos apenas alguns segundos do trabalho, cuja duração completa é de cerca de 5 minutos. Para assisti-lo na íntegra, assim como as obras de Dalton Paula, Letícia Parente, Marcellvs L. e Sara Ramo, que também integram a coletiva Distância, é só acessar www.pinacoteca.org.br. Se estiver no celular ou no computador, recomendamos que acione o dispositivo de tela cheia. Boa sessão!

Cao Guimarães (Belo Horizonte, 1965)
Da janela do meu quarto / From the Window of My Room, 2002
Filme Super-8. Estéreo.
Duração: 5'10"
Trilha sonora: O Grivo
Doação dos Patronos da Arte Contemporânea da Pinacoteca do Estado de São Paulo 2015, por intermédio da Associação Pinacoteca Arte e Cultura – APAC, 2017.

#pinadecasa #culturaemcasa #museumfromhome #pinacotecasp

Ver todos os 12 comentários
3 de junho de 2020 · Ver tradução

| img 8 | Captura de tela de publicação da Pinacoteca em 3 de junho de 2020.



pinacotecasp Ping-ping é um dos primeiros ambientes, ou instalações, que surgem na obra de Waltercio Caldas. A produção do artista concentrava-se, até então, na realização de desenhos, objetos, esculturas, com itens do dia a dia, apresentados, em estojos, vitrines, caixas e livros. Soluções que indicam como a exposição do trabalho e o modo de sua aparição pública ocupam um lugar importante nas decisões de Waltercio.

A instalação amplia, então, a escala do trabalho e lhe confere a possibilidade de instituir lugares, de elaborar espaços fechados, com características arquitetônicas próprias, condições especiais de luz, além de propor um tempo específico para a experiência.

Montado pela primeira vez em 1980, Ping-ping apresenta um jogo de ping-pong em suspensão. O trabalho constitui-se de uma mesa de ping pong pendurada na parede, em posição horizontal, como se fosse uma pintura, e, em frente, pendentes no ar, de uma bolinha, uma rede com um furo circular, no diâmetro da bola, uma raquete com um furo igual, em círculo e no diâmetro da bola, e um óculos de cego, inteiro de plástico preto, sem lentes.

Nessa disposição que parece torcer o espaço (ao colocar na parede o que estaria no solo) e congelar uma cena, um acontecimento, a obra concentra muitos aspectos que compõem o pensamento do trabalho de Waltercio. Por exemplo: o questionamento da primazia da visão na relação com a obra de arte; a imagem de uma força, representada pela bola, que atravessa os objetos (a raquete, a rede); a ideia de que o objeto de arte também vê o observador; a insinuação de que a arte é uma espécie de jogo sem desfecho, ou uma atividade não apenas lúdica, mas intelectual, e, por fim, a de que o abismo – presente no subtítulo da instalação (a construção do abismo no piscar dos cegos) – é outra espécie de metáfora para a arte, por aludir ao desconhecido, a um precipício (uma interrupção momentânea das certezas, como a sensação de estar "sem chão") para o qual somos atraídos.

Waltercio Caldas (Rio de Janeiro, 1946)
Ping-ping – a construção do abismo no piscar dos cegos (1980)
Coleção Roger Wright, em comodato com a Pinacoteca de São Paulo.
#pinadecasa #culturaemcasa #museumfromhome #pinacotecasp

Ver todos os 4 comentários
16 de junho de 2020 · Ver tradução

| img 9 | Captura de tela de publicação da Pinacoteca em 16 de junho de 2020.

Tabela 1 de comparação dos museus em características gerais, reações e abordagens

	THE MUSEUM OF MODERN ART	INSTITUTE OF CONTEMPORARY ART	MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA-USP	PINACOTECA DO ESTADO DE SP
CARACTERÍSTICAS GERAIS				
Localização	Nova York (EUA)	Boston (EUA)	São Paulo (Brasil)	São Paulo (Brasil)
Ano de fundação	1929	1936	1963	1911
Área em metros quadrados	58.5000	6.038,7	23.000	10.815
Orçamento em 2019	~US\$ 135.000.000,00	US\$ 18.492.377,00	R\$ 26.305.429,00	R\$ 21.593.144,00 (Repasse do Governo do Estado) + 2.839.501,00 (Captação privada)
Mantenedor	Privado	Privado	Estatal/ Universidade Estadual	Híbrido (60% Governo do Estado e 40% captação privada)
Número de visitantes em 2019	1.992.121 (The Art Newspaper, 2019)	?	300.000	491.000
Quantidade estimada de funcionários	960	162	117	213
Preço do ingresso	de US\$ 14 a US\$ 25, com possibilidade de entrada gratuita para determinadas condições	de US\$ 10 a US\$ 15, com possibilidade de entrada gratuita para determinadas condições	Gratuito	de R\$ 10 a R\$ 20, com possibilidade de entrada gratuita para determinadas condições
Número de seguidores no perfil do Instagram até dezembro de 2021	5.500.000	95.800	57.300	426.000
Número de publicações fixas no perfil do Instagram 100 dias anteriores	117	54	25	85
Número de publicações fixas no perfil do Instagram nos 100 dias considerados	158 (aumento de ~35%)	91 (aumento de ~68%)	83 (aumento de 232%)	114 (aumento de ~34%)
REAÇÃO E ABORDAGEM				
Fechamento durante os 100 dias considerados	Sim, fechamento de portas em 12 de março de 2020, porém ativo no Instagram.	Sim, fechamento de portas em 12 de março de 2020, porém ativo no Instagram.	Sim, fechamento de portas em 16 de março de 2020, porém ativo no Instagram.	Sim, fechamento de portas em 16 de março de 2020, porém ativo no Instagram.
Seleção de obras para publicação com tema isolamento social	Sim, o tema apareceu tanto como foco da obra quanto na legenda da publicação.	Sim, o tema apareceu tanto como foco da obra quanto na legenda da publicação.	Muito pouco.	Sim, entretanto pouco. Fez algumas menções em legendas.
Análise de obra	Sim, trouxe informação técnica e análise das obras publicadas nas legendas.	Sim, trouxe informação técnica e análise das obras publicadas nas legendas.	Sim, trouxe informação técnica e análise das obras publicadas nas legendas.	Sim, foi o tipo de publicação que mais produziu.
Organização de publicações afins em série recorrente	Em parte. Ainda que tenham utilizado <i>hashtags</i> como #MuseumFromHome ('Museu de casa') e #MoMAPicks ('O MoMA escolhe'), elas não parecem ser agregadores, apenas chamariz.	Sim, houve a série #FridayArtNotes ('Notas de arte na Sexta-feira'), que trouxe análises mais profundas para as obras publicadas.	Sim, criou a série MAC USP MODERNO E CONTEMPORÂNEO , que precedia a análise da obra na legenda.	Sim, a série #Pinadecasa , que incluiu toda as publicações.
Uso de temáticas específicas para as publicações	Sim, foram identificadas muitas publicações explicitamente relacionadas a eventos cotidianos, como a o Dia Nacional (norte-americano) de Poesia e o compartilhamento de obras que discutissem racismo e negritude após o assassinato do norte-americano George Floyd por um policial branco em Minneapolis.	Sim, foram identificadas publicações explicitamente relacionadas a eventos cotidianos, como a morte do artista Christo Javacheff e o Dia da Terra.	Pouco. Em algumas publicações, há referência a alguns eventos cotidianos, como a morte do artista Christo Javacheff, porém não são expressivos.	Sim, apesar de pouco. Colocou seus esforços mais em publicações educativas e análises que reações a eventos cotidianos.
Proposição de exposições novas durante o período	Não.	Não.	Não.	Sim, proposição da exposição virtual, no site do museu, chamado Distância .
Divulgação de reação artística à pandemia	Sim, uma vez com desenhos (2020) sobre a pandemia da covid-19 do artista Dan Perjovschi.	Não, as obras escolhidas foram anteriores ao período concomitante da publicação.	Não, as obras escolhidas foram anteriores ao período concomitante da publicação.	Não, o proponente do conteúdo foi o museu, abordando obras de seu próprio acervo ou que julgaram relevantes ao contexto

... | 5 discussão

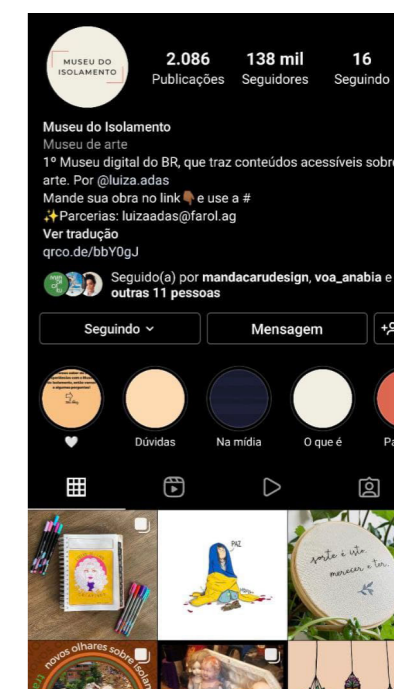
A discussão deste capítulo se iniciará pelas imagens, resultantes de capturas de telas, apresentadas no capítulo anterior. Foram apresentadas duas capturas de tela por perfil de museu, totalizando oito imagens. Elas foram organizadas em ordem cronológica para facilitar a formatação deste documento, uma vez que foram colocadas ali apenas para apresentação. Não discutirei a obra nem o artista, já que minha discussão não perpassa crítica artística, mas sua temática e sua relevância para a publicação em si serão importantes para a discussão.

O primeiro par de imagens, 2 e 5, ambas do ICA/ Boston, compartilham obras contemporâneas. Na imagem 2, a publicação é uma foto profissional, bem iluminada, de uma escultura em ambiente propício, de fundo infinito, técnica de fotografia que permite o apagamento do limite entre piso e parede e que cria a ideia de espaço etéreo. A composição dá enfoque para a escultura, em que se vê uma mulher trans deitada e nua. Sua legenda indica como foi produzida – via impressão 3D e molde de bronze –, para que exposições foi selecionada e o porquê de ter sido escolhida para ser publicada no dia em questão: era o dia internacional da visibilidade trans. Esse tipo de escolha, para celebrar, relembrar, comemorar datas específicas faz sentido para o ambiente de Instagram, pois seu objetivo é sempre a visualização de novidades e até por isso ele mostra primeiro as publicações mais recentes de um perfil. Essa postura demonstra ainda uma responsabilidade de o museu levantar assuntos importantes com seus espectadores. A imagem 5 mostra também uma foto profissional, mas dessa vez com o espaço visível, de uma exposição passada do ICA/ Boston, em que são vistos piso e parede. A escolha pela publicação perpassa o momento de distanciamento social da pandemia, ainda que a obra seja anterior ao período. Essa postura de realizar novas ligações entre obras e interpretações é uma das características das obras de arte contemporâneas e, por isso, fazem-se atuais e permitem que seus espectadores se identifiquem com ela e possam repensá-la.

Nas imagens 3 e 7, retiradas do perfil do MoMA, há duas posturas distintas daquelas vistas na discussão anterior. A imagem 3 traz uma obra de arte recente, criada para a época da pandemia. Ao contrário de precisar de um texto na legenda mais aprofundado, que explicasse uma nova interpretação para uma obra pré-pandêmica, o fato de todos estarmos inseridos na pandemia nos faz facilmente compreender o conteúdo da obra. Essa postura, de compartilhar obras produzidas na pandemia foi rara em todos os perfis observados. É possível que, até um artista consagrado conseguir produzir uma obra do período que esteja vivendo e esta obra ser aceita e divulgada pelos espaços de museu, tenha se passado mais de 100 dias. Essa conta fica ainda maior se se acrescentar o fator da instabilidade emocional generalizada da maior parte da sociedade. Se houve produção desenfreada para liberar ansiedades ou se houve pausa para recuperar-se de medos, apenas um estudo com recorte mais recente poderia responder à pergunta “como a arte contemporânea reagiu à pandemia?”.

Esse tipo de obra foi raro nos perfis observados, porém ressaltou a criação de dois museus, essencialmente virtuais, para a divulgação de arte na pandemia, o Covid Art Museum-CAM (<https://www.instagram.com/covidartmuseum/>) e o Museu do Isolamento Brasileiro (<https://www.instagram.com/museudoisolamento/>). Ambos foram criados após o início do isolamento social para compartilhar a produção de toda e qualquer pessoa que produzisse foto, ilustração, escultura e afins com a temática da pandemia. Diferentemente de museus consagrados, essas iniciativas retiraram a necessidade de assinatura do artista e do crivo do espectador do museu para colocar à frente a temática. Os perfis rapidamente cresceram em números de seguidores desde suas criações.

O Covid Art Museum é uma iniciativa virtual criada por três espanhóis, José Guerrero, Emma Calvo e Irene Llorca, todos trabalham em agências de publicidade em Barcelona. O perfil é, de acordo com seu próprio site,



| img 10 | Captura de tela do perfil do Covid Art Museum-CAM

“the world’s 1st museum for art born during COVID-19 quarantine”. Sua primeira publicação data de 19 de março de 2020, sete dias após o anúncio da OMS.

The idea of the Covid Art Museum was born during the first days of quarantine in Spain. We noticed that many of our friends used art as an escape during confinement. We quickly realized that they were not only our friends, during quarantine the art production was exploding. [...] Then the idea came up: a museum, necessarily virtual, that would collect all that quarantine art or Covid art. The main filter when choosing the pieces is that they have relationship with the current moment: the Covid-19 crisis. (<https://www.covidartmuseum.com/about-us>)

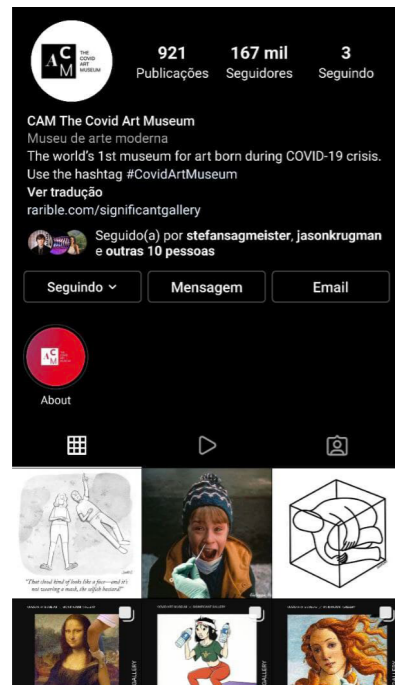
Hoje são mais de um milhão de obras publicadas sob #covidartmuseum. O descobrimento das obras é feito via formulário online ou pela navegação da hashtag ou da marcação do handle do próprio perfil. De acordo com os criadores do projeto, são selecionadas ilustrações, fotografias, pinturas, desenhos, animações, vídeos para servir como um arquivo de como as pessoas se expressaram, como viveram e como sentiram a pandemia da covid-19. Aparentemente, no Instagram, não há agrupamento por temas mais específicos nem planejamento de publicações, a não ser “Of all the works received or found, a selection is made to publish those that best reflect the current moment”, porém existe uma seção de obras selecionadas no site, que, ao serem clicadas, abrem apenas no aplicativo.

O Museu do Isolamento Brasileiro (@museudoisolamento) é um perfil do Instagram criado por Luiza Lorenzi Adas, inspirado no CAM-Covid Art Museum, em 30 de abril de 2020. Seu objetivo é agregar e divulgar obras de artistas e designers brasileiros (e agora também portugueses) com a temática do momento pandêmico atual. O museu é inteiramente virtual, criado para que seu espaço de exibição seja especificamente o Instagram. Ainda que tenho se desdobrado em site, canal no YouTube, perfil no Twitter, Facebook e TikTok, estas outras redes sociais

não apresentam o mesmo conteúdo, nem mesmo conteúdo expressivo para serem consideradas como espaços de exibição de obras. Nas palavras de Adas:

O Museu do Isolamento é o primeiro museu online do Brasil que se propõe a divulgar o trabalho de artistas que estão produzindo em seus diferentes isolamentos, sejam eles social, cultural, regional, racial, de gênero ou outros. Para aqueles que produzem arte, o Museu se propõe a ser um espaço de visibilidade para que consigam expor seus trabalhos de forma mais democrática. Para aqueles que consomem e admiram arte, trazemos obras que discutem aquilo que está sendo vivido hoje e por todos nós. Acreditamos que diferentemente do que se fala, quem vive de passado NÃO é museu. Se estamos vivos hoje, vivendo o momento presente, precisamos ser um museu que fale também sobre o agora, que traga uma curadoria atual e atuante que nos ajude a entender o mundo ao nosso redor e o mundo dentro de nós. Para isso, nada melhor do que a tecnologia para dar a dinamicidade e a velocidade necessária para conectar pessoas, ideias e lugares. (<https://museudoisolamento.com/o-que-somos/>)

A imagem 7 foi selecionada por ser uma reação a acontecimentos próximos do dia da publicação original. Em 25 de maio de 2020, um negro norte-americano, George Floyd, foi assassinado por um policial branco e seus cúmplices, em meio a rua em Minneapolis. Floyd estava rendido no chão e foi sufocado à morte pelo joelho do policial. A cena foi gravada por um transeunte, que compartilhou o vídeo nas redes sociais. A indignação da população foi tamanha, que esse fato culminou em diversos protestos (<https://www.nytimes.com/article/george-floyd-protests-timeline.html>), mesmo durante o isolamento social, em apoio ao movimento Black Lives Matter (‘Vidas negras importam’), que luta, resumidamente, pelo fim do racismo e da violência policial contra negros. Em 1º de junho de 2020, quando a publicação em questão foi feita, havia muita pressão para que pessoas e empresas se posicionassem a favor dos pedidos de justi-



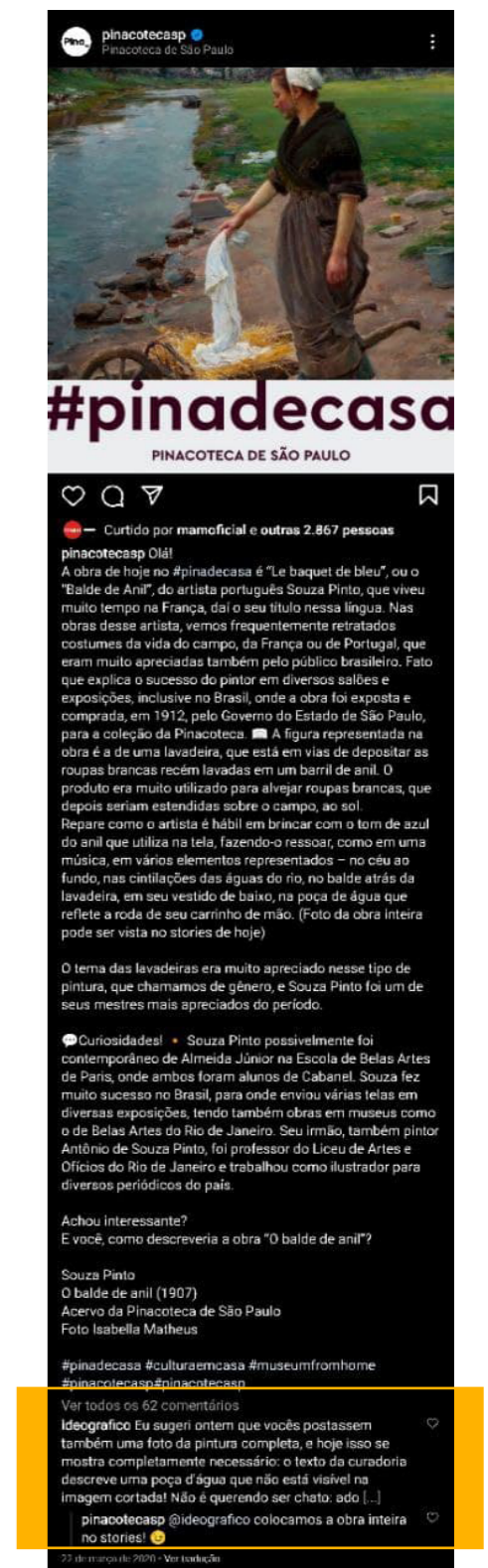
| img 11 | Captura de tela do perfil do Museu do Isolamento Brasileiro

ça pela morte de George Floyd. A reação do MoMA foi de, provavelmente, mudar o rumo de sua seleção de obras até ali. Foi mister que se posicionasse a favor de vidas negras como uma instituição que se diz diversa e plural e passou a selecionar muito mais obras e artistas negros para compor seu *feed* em solidariedade ao movimento.

O perfil do MAC-USP poucas vezes reagiu a acontecimentos ou a significado dos dias em que publicou em seu Instagram. O assassinato de George Floyd foi pressão até para vários museus brasileiros, que publicaram palavras de apoio ao movimento, ainda que ignorassem o assassinato do menino João Pedro, (<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57121830>), negro, de 14 anos, em uma favela do Rio de Janeiro, vítima de múltiplos tiros nas costas por um policial branco. As imagens 4 e 6 traduzem a calma do perfil do museu universitário no período em questão. As obras escolhidas, ainda que contemporâneas e, por natureza, provocadoras, são acompanhadas de textos em linguagem analítica, acadêmica. A imagem 4 trata de nazismo, um tema pouco mencionado durante os 100 primeiros dias de pandemia, mas não menos importante, visto os levantes contra os direitos humanos pela extrema direita, que ganha cada vez mais poder. A relação com o porquê do tema não fica clara na legenda, ainda que ela possa ser imaginada. O texto não faz uso de *hashtags*, nem de grafismos para uma tentativa de melhorar a diagramação, como é possível verificar nas imagens 2, 3, 5 e 7. É aparente que não houve um cuidado de transpor o conteúdo para o formato do Instagram, de texto corrido e diagramação pensada unicamente na responsividade de telas. O título “MAC USP MODERNO E CONTEMPORÂNEO”, fora de *hashtag*, nada mais é do que uma certa ingenuidade de como o Instagram funciona. Visualmente ele se destaca, mas não serve para nada além disso. Esse título compõe uma série de publicações de mesma natureza, sempre aos sábados e aos domingos, do perfil, entretanto, a não ser que essa série seja transposta para outro ambiente, em que seja possível a coleta

e organização das obras, o visitante virtual dificilmente compreenderá o fio condutor que as une. A mesma situação acontece com a outra publicação, mostrada na imagem 6, em que se vê o título “EDUCATIVO MAC USP”. Não é possível identificar, apenas pela observação das obras publicadas sob esse guarda-chuva, o fio condutor que as une e aquele que o diferencia do outro título.

Por fim, escolhi trazer duas publicações da Pinacoteca do Estado de São Paulo que trazem a intervenção gráfica, mencionada no capítulo anterior, sobre suas obras. São elas as imagens 8 e 9. Em ambas, é visível que a atenção do olhar do espectador perpassa primeiramente o texto **#pinadecasa**, para depois perceber a obra em si. Isso parece ser uma decisão consciente, pois, durante todo o período, o texto permaneceu na frente da imagem principal das publicações. Na imagem ao lado, 12, é possível ver um dos vários comentários que reclamou do recorte da obra. Nela, se lê: “Eu sugeri ontem que vocês postassem também uma foto da pintura completa, e hoje isso se mostra completamente necessário: o texto da curadoria descreve uma poça d’água que não está visível na imagem cortada! Não é querendo ser chato: [...]”. A resposta do indivíduo por trás do perfil foi “colocamos a obra inteira no stories!”. Não é plausível afirmar o porquê desta postura, entretanto sabe-se que é proposital. Este não foi o único comentário com esse pedido e, após alguns dias, a Pinacoteca começou a colocar a foto da obra, inteira, sem interferência, em sequência, na ferramenta de carrossel, em que é possível publicar várias fotos na mesma publicação. Elas, no entanto, não são visíveis concomitantemente. O fato de publicarem a imagem com intervenção na primeira posição confirma ainda mais a suspeita de que existe uma decisão proposital por trás. Se tivesse de extrapolar e oferecer uma explicação, provavelmente seria a de que a Pinacoteca não quer confundir seu espaço de exposição, o prédio físico, com o ambiente virtual de Instagram. Aquele serve para admirar a obra; o segundo, para



| img 12 | Exemplo de comentário pedindo a obra inteira para o perfil da Pinacoteca e a resposta recebida

aprender sobre ela, sem deferência. Cabe ressaltar que a imagem 8 traz uma propaganda para a exposição virtual montada pela Pinacoteca, aberta durante o período observado. Essa postura se aproxima com a postura pré-pandêmica, em que as redes sociais serviam mais para divulgação de exposições, palestras e cursos que para a produção de conteúdo.

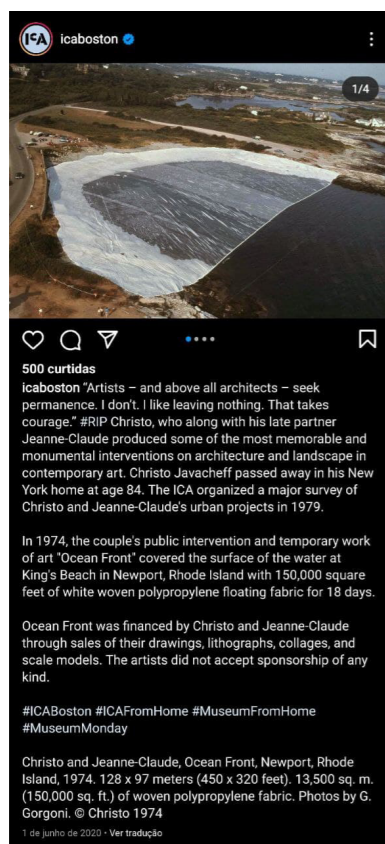
Passarei agora à discussão da tabela 1 apresentada no capítulo anterior. Na intenção de testar minha hipótese, foi preciso recolher informações reais e representativas de cada um dos museus para relacioná-los entre si. Por isso, são listadas algumas características gerais, factuais, de cada museu, assim como algumas reações e abordagens, pensadas por mim.

A localização, assim como a cultura e a sociedade em que os museus estão inseridos, é relevante para se pensar seu alcance. O MoMA e o ICA/ Boston, localizados nos Estados Unidos da América, têm certa vantagem acima o MAC-USP e a Pinacoteca, uma vez que estão inseridos em um país que dá mais atenção – e mais dinheiro – à cultura que o Brasil. A moeda e a língua são mais valorizadas, tanto nacional quanto internacionalmente. É claro que não dá para dizer que os museus de São Paulo estão localizados no interior de um estado com mais pobreza no Brasil. A cidade de São Paulo é economicamente ativa e rica, ainda que se possa dizer que exista diversos problemas governamentais quando se relacionam dinheiro e cultura. Como museu universitário, o MAC-USP ainda tem uma relação mais complicada com a sobrevivência. O repasse é baixo e, muitas vezes, o museu não tem condições de pagar serviços básicos, como o emolduramento de obras. A Pinacoteca recebe dinheiro do Governo do Estado de São Paulo, porém também consegue fazer captação privada. Se comparados a relação entre os valores orçamentários e a área de cada museu da tabela, vê-se uma grande discrepância entre a

área do MAC-USP e seu orçamento, representado ali pelo número de 2019. Este também é o único museu inteiramente gratuito para ingresso e tenha tido em torno de 300 mil visitantes em 2019, um número relativamente alto, cujo valor do ingresso poderia fazer a diferença. Ainda que compreender relações entre orçamento, quantidade de funcionários, tamanho do espaço e local seja uma tarefa administrativa, quando relacionados aos outros museus, é possível perceber que o museu passa por dificuldades. Infelizmente, quantidade de seguidores no Instagram não dá dinheiro.

Em relação à quantidade de funcionários, o MoMA conta com um número muito maior que os outros três. É difícil saber quantas dessas pessoas trabalharam para a produção de conteúdo durante os 100 dias observados, porém pode-se imaginar que, entre comunicadores, curadores, produtores de conteúdo de cursos e *workshops* e gestores de mídias sociais, que podem ter trabalhado juntos para a produção de conteúdo virtual, a quantidade seja mesmo maior do que os outros dispõem. Entretanto é possível ressaltar algo que é recorrente em instituições muito grandes: a especialização. Se houver divisão clara de trabalho no MoMA, não seria difícil de imaginar que menos funcionários trabalhassem na produção de conteúdo para o Instagram que um museu menor, sem divisão clara. O número de funcionários absoluto, sem o dado da divisão de tarefas ou a quantidade de indivíduos na tarefa específica da publicação do Instagram não permite inferência justa.

Diante das reações e abordagens listadas por mim, foi possível perceber que os museus seguiram com as condições de fechamento de portas durante o período dos 100 dias, ainda que o decreto de fechamento no Estado de São Paulo tenha se iniciado apenas em 16 de março de 2020. Isso garante que todos estavam em condições de igualdade diante a possibilidade de tornar o perfil no Instagram um breve substituto da visita presencial.



| img 13 | Captura de tela do perfil do ICA sobre o falecimento do artista Christo Javacheff

Como estamos vivendo uma pandemia cuja principal imposição se deu em forma de isolamento social, deixar de incluir essa temática como agregador de posturas me pareceria incompleto e talvez se imaginaria até óbvio que as publicações se voltassem todas em torno deste assunto. Ainda que o MoMA e o ICA/ Boston tenham apresentado mais publicações sobre o tema que o MAC-USP e a Pinacoteca, o tema não foi expressivo a ponto de parecer dominante. É provável que, de início, o tema do isolamento em obras de arte confortasse e fizesse as pessoas se identificarem com as obras em um processo catártico, porém, após certo tempo, talvez o visitante virtual precisasse espalhar e esquecer que estava isolado.

A organização em série de publicações foi algo recorrente em todos os perfis selecionados. Isso pode se dever ao fato de que a organização e o resgate do Instagram sejam, digo novamente, caóticos. O agrupamento por *hashtag* facilita a visualização de publicações afins, entretanto não pode ser utilizado indiscriminadamente. Se uma *hashtag* não é única, por exemplo, como a **#pinacoteca**, agrupamento que provavelmente terá a maioria de publicações da Pinacoteca, o agrupamento começa a exibir resultados de outros perfis. A **#MuseumFromHome** mistura publicações do MoMA e do ICA/ Boston, e isso prejudica a verificação de um fio condutor entre as publicações que se utilizaram da mesma *hashtag*. Como disse anteriormente, a série MAC USP MODERNO E CONTEMPORÂNEO não é agrupável. Não existe busca por texto, então, a série recebe um nome, mas não é visualizada por seu todo dentro do Instagram.

Todos os museus se aproveitaram de temáticas para ditar alguma publicação durante o 100 dias. Que fosse algo possivelmente banal, como o Dia Nacional (norte-americano) da Poesia para o MoMA ou o ICA/ Boston, ou algo mais significativo como o falecimento do artista Christo Javacheff para o ICA/ Boston e o MAC-USP, ou o assassinato de George Floyd para o MoMA. A Pinacoteca fez bastantes análises de seu acervo e pouco de desviou

desse objetivo para reagir a eventos temporalmente próximos aos dias de suas publicações. A reação a acontecimentos da vida ou à celebrações informais parece saída fácil e efetiva (já que o Instagram prioriza publicações recentes a passadas) para uma decisão de sequência de publicações, pois se resolve com notícias e reportagens; planejar uma sequência que faça sentido e tenha fio condutor – mesmo que o aplicativo não facilite a observação deste por sua forma de mostrar os conteúdos de perfis – poderia ser considerado mais complexo. Mesmo assim, lembrar e relacionar obras já existentes a acontecimentos presentes também é tarefa árdua e requer conhecimento internalizado.

Dos perfis selecionados, a Pinacoteca do Estado de São Paulo foi a única que se organizou para criar uma exposição nova, nascida como reação à pandemia de covid-19 e à impossibilidade de visita física de seus espaços.

A Pinacoteca de São Paulo, museu da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, apresenta **distância, primeira exposição de vídeos e filmes pensada especialmente pelo museu para os meios digitais para ser apreciada pelo público durante este período de confinamento social. É também a primeira vez que o museu realiza uma mostra apenas online.** A ação inédita reúne cinco trabalhos do acervo que poderão ser vistos a partir da próxima terça-feira (12) até o dia 3 de agosto [de 2020] no site www.pinacoteca.org.br. A curadoria é de Ana Maria Maia. (Retirado de: <https://pinacoteca.org.br/programacao/distancia-uma-selecao-de-vidEOS-e-filmes-do-acervo-da-pinacoteca/>). Grifo do texto.)

São cinco obras em formato de vídeo, a saber: *Da janela do meu quarto* (2004), de Cao Guimarães; *O batedor de bolsa* (2011), de Dalton Paula; *Tarefa I* (1982), de Leticia Parente; *9493* (2011), de Marcellvs L.; e *A banda dos sete* (2010), de Sara Ramo. A curadora explica que são obras distintas entre si, mas com uma característica em comum: “o ponto de vista de sujeitos por alguma razão apartados de uma sociabilidade imediata”, visão de quem está de fora,



| img 14 | Captura de tela do perfil do MAC-USP sobre o falecimento do artista Christo Javacheff

mas ainda perto o suficiente para tecer comentários críticos sobre a situação.

A postura do museu em organizar uma exposição inédita, essencialmente virtual, disponível gratuitamente em seu site, é inovadora e refrescante. Ainda que seja pequena, demonstra interesse em se posicionar à frente de outras instituições similares. No aplicativo Instagram, a navegação, o resgate e a visualização de publicações são caóticos. Apesar de a Pinacoteca ter divulgado a exposição virtual nele, a informação se perde em meio a tantos estímulos visuais de constante renovação – o aplicativo se atualiza e recoloca o indivíduo na altura das publicações mais recentes com frequência. Por não ter busca por palavra-chave nem filtragem de conteúdo, o visitante virtual tem de, constantemente, praticar o gesto de rolagem para baixo e a acuidade visual para resgatar publicações antigas específicas. Ao criar uma exposição no site do museu, a Pinacoteca devolve ao visitante o poder de revisitar suas informações com facilidade, ainda que a exposição já tenha se encerrado.

Por fim, apenas o MoMA trouxe uma obra que tivesse sido produzida após o início da pandemia de covid-19, cuja temática fosse especificamente o período pandêmico. Isso indica um olhar atento a artistas já consagrados, que estivessem produzindo, e um desejo de ser atual, porém ainda dentro dos moldes e da aprovação da rede artística contemporânea.

...| 6 considerações finais

e conclusões

A discussão do capítulo anterior pareceu frutífera para se construir um pequeno panorama da postura que alguns museus consagrados de compartilhamento de arte contemporânea tenham realizado nos 100 primeiros dias de pandemia de covid-19 em seus perfis de Instagram. Ele não é extensivo e captura uma parcela pequena e subjetiva dos dados obtidos, mas também oferece algumas inferências interessantes.

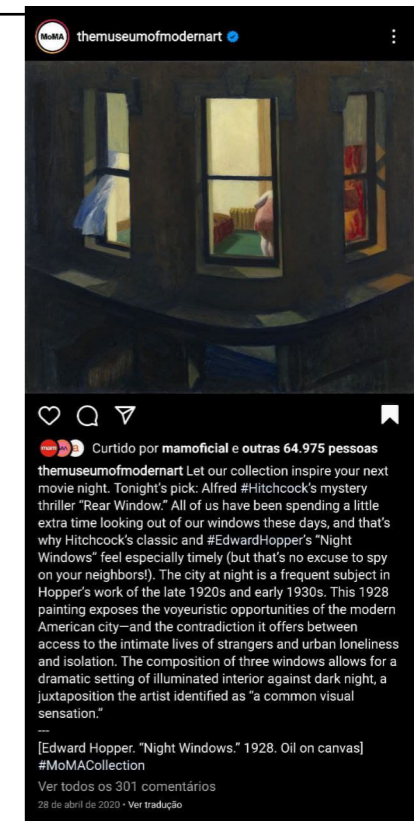
Como seria de se esperar, diante de um evento que atingiu e invadiu o mundo inteiro, o isolamento social foi um mote não apenas para a transposição do espaço físico dos museus para um espaço virtual e distante, como também permeou o caminho desta pesquisa e muitas das escolhas no que foi publicado. Quando se olha em retrospecto, é possível perceber o isolamento social como tema motivador de várias obras antes produzidas; é o caso do pintor americano Edward Hopper, compartilhado pelo MoMA, pelo menos, três vezes (veja exemplo na imagem 15, na página seguinte). São quadros de calma, reflexão e figuras isoladas, retrato similar ao do restante do mundo nos primeiros dias da segunda quinzena do mês de março de 2020. O compartilhamento das publicações me fez perceber também que o tema do isolamento caberia em obras cujo sujeito não era obviamente isolado. Essas novas conexões de sentido enriquecem a arte contemporânea, que se faz, refaz-se e mantém-se atual a partir de discursos de espectadores diversos.

Em todos os perfis discutidos, houve uma preocupação em compartilhar obras e analisá-las, trazendo uma breve ficha técnica, com nome do autor, nome da obra, se está ou não no acervo do museu e, às vezes, técnicas e suportes utilizados. Essa postura também era esperada, uma vez que museus estão voltados para a educação. A transposição do físico para o virtual apenas se diferencia na frequência com que o fizeram: em vez de comparti-

lharem propagandas em suas redes sociais, compartilharam reproduções fotográficas das obras.

Diferentemente do MoMA, do ICA/ Boston e do MAC-USP, a Pinacoteca do Estado de São Paulo escolheu uma postura de tratamento de obras publicadas com mais deferência ao espaço expositivo físico, onde a obra de arte foi pensada para existir. O uso da interferência gráfica agressiva e persistente retiraram a possibilidade da dúvida de que aquela publicação, ali, na pequena tela retroiluminada, seja uma obra de arte. A reprodução, deslocada no espaço e no tempo e de público, é tão desimportante que pode ser cortada, escondida, ampliada, e a assinatura do pintor, perdida. Essa não deferência proposital e persistente é um ato curioso, pois não foi observada em nenhum outro perfil. Isso não significa dizer que os outros três museus quisessem que publicação no Instagram substituísse visita e que fosse considerada obra de arte, porém houve o cuidado em manter a obra e assinaturas inteiras, mesmo que houvesse ampliação de detalhes e recortes em outras faces de publicações em carrossel, decisão que se aproxima de livretos de exposição e livros de arte.

Houve ainda, por parte da Pinacoteca, uma preocupação em inovar e, de certa forma, buscar normalidade ao criar uma exposição nova, durante os 100 primeiros dias de pandemia, que fosse possível de ser assistida cada um em suas casas. Uma exposição audiovisual, que agregasse vídeos sob um mesmo fio condutor, com curadoria nomeada e que tivesse dia para começar e para acabar. A Pinacoteca, dentre os museus discutidos, não é a que mais teria condições de propor inovações por conta de suas características gerais nem a que menos teria, porém o fez. Propôs uma exposição que se aproxima a uma mostra de filmes, contextualizou-a para a pandemia e deu acesso a seu público. Não ousou dizer que o MoMA, o ICA/ Boston ou o MAC-USP tenham ficado no comodismo, mesmo porque o MoMA tem uma extensa programação



| img 15 | Captura de tela do perfil do MoMA com obra de Edward Hopper



virtual mesmo antes da pandemia, porém, no período observado, este foi um dado que chamou atenção.

A organização em série, para abarcar publicações com mesma temática, apesar de ter existido em todos os perfis observados, parece muito rudimentar por uma limitação do próprio meio, o Instagram. Por ser uma rede social que procura reter o usuário com novidades, o aplicativo dificulta uma organização de uma exposição como os museus necessitam. Agrupamento, visualização do todo e resgate são complicados. Não é possível realizar agrupamento pós-publicação e isso requer que cada perfil tivesse um planejamento estante do que seria publicado. Isso não condiz, porém, com o dinamismo da rede social e da necessidade de responder a estímulos sempre novos dos acontecimentos de uma situação instável dos primeiros dias de uma pandemia viral. Nesse sentido, não é possível dizer que os museus que reagiram mais a acontecimentos dinâmicos do cotidiano foram mais bem-sucedidos, porém parece que mais bem compreenderam o meio em que estavam inseridos.

A falta de informação, a ansiedade e o medo competem diretamente com a necessidade de planejamento e organização que se espera de um museu. Se um acontecimento tão significativo quanto a morte de George Floyd acontece, é preciso reagir rápido, ou a pressão e o linchamento sociais podem acabar por engolir essas instituições. Ainda em relação ao uso de funções do Instagram, foi possível observar que o MoMA, o ICA/ Boston e a Pinacoteca do Estado de São Paulo souberam mais bem aproveitar seu recurso de agrupamento de publicações (*hashtag*) e arrumar o layout do texto que o MAC-USP, utilizador de um texto mais formal, sem formatação proposital, aproveitando-se apenas do que está disponível: o layout em prol da responsividade, nome dado à necessidade de o texto se adaptar e ser legível em telas de tamanhos variados.

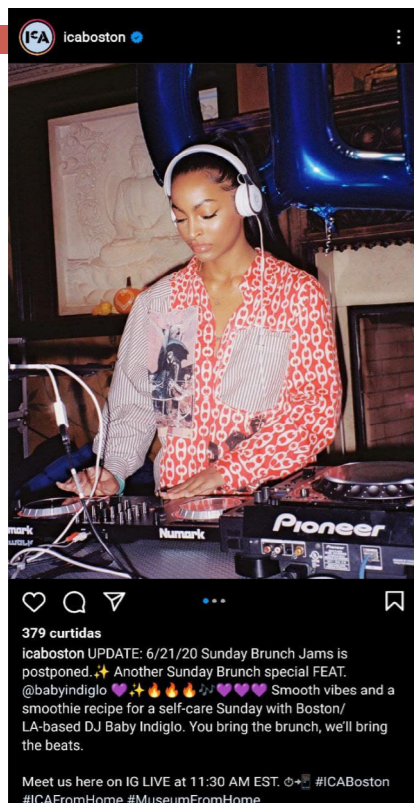
Chama a atenção que a Pinacoteca do Estado de São Paulo tenha sido a única a criar uma exposição virtual,

criada nos 100 primeiros dias da pandemia. Apesar de ter possibilidades orçamentárias e de pessoal, não tem a capacidade orçamentária que o MoMA ou o ICA/ Boston têm. Ressalvo que todos possam ter realizado projetos similares pós-100 dias e que outras iniciativas já existiam para o virtual, como é o caso de vários cursos oferecidos gratuita e virtualmente pelo MoMA.

Foi impossível perceber um direcionamento de artistas contemporâneos consagrados que produzissem obras novas em reação à pandemia. A única ocorrência, dos desenhos de Dan Perjovschi, mostrou-se acanhada. Será interessante perceber, em retrospecto, de que forma artistas reagiram à pandemia e produziram meio a ela. Cabe lembrar que dois museus sobre o tema foram criados para divulgação de obras produzidas na pandemia, sem a aparente necessidade de assinatura nem aceitação da rede de arte, que dá validade às obras de arte. Os museus estudados não tiveram atitudes similares, de compartilhar obras de seus seguidores, por exemplo, e isso mostra uma postura de conservação do *status quo* de ser o museu o proponente de conteúdo e o visitante, o assimilador.

Apesar do ambiente informal do Instagram, todos os museus observados tiveram uma postura séria e comprometida com seu conteúdo e seu objetivo de educar em arte e aumentaram sua frequência de publicação na rede social. A transposição do físico para o virtual não é uma indagação nova, contudo as condições de proibição de acesso e de necessidade de isolamento moldaram a forma como os museus observados interagiram com o conteúdo de sua plataforma no Instagram. As restrições da ferramenta, o dinamismo do período e a incapacidade de criar e manter exposições no espaço físico são algumas marcas dessa forma que foi observada aqui, nesses 100 dias.

Em relação a minha hipótese inicial, o método e os dados obtidos não foram suficientes para afirmar que museus com maior orçamento tiveram melhor desempenho no período considerado, apesar de que haja uma alta probabilidade de ser. Teria sido importante realizar um





recorte de número de avaliações positivas (curtidas), pelo menos, em uma análise qualitativa, para obter métricas menos subjetivas. Minha posição de designer pesquisadora imersa na pandemia não permite uma aceitação ou uma refuta categórica da minha hipótese. É possível que um estudo posterior, mais aprofundado, quantitativo e qualitativo do assunto, com métricas determinadas de engajamento e alcance possam testar a mesma hipótese. Mais especificamente, ao se recuperar dados sobre quantidade de seguidores no início e no fim do período estudado, a taxa de crescimento de cada perfil pode oferecer inferências importantes sobre o alcance e o sucesso de cada um deles. Se houve de fato crescimento após a mudança do tipo de conteúdo (de meramente publicitário para principalmente conteudista). Outro estudo poderia observar a quantidade de interações (curtidas e comentários) em relação ao tipo e ao conteúdo das publicações. O período é interessante, pois demonstra também a capacidade de adaptação dos museus a situações que se modificam em velocidade alta, situação a que, por serem tão consagrados, não tenham mais de lidar.

Apesar de este estudo ter se configurado a partir de uma hipótese que não pôde ser corroborada ou negada, serve como uma exploração de um fenômeno global novo, de mudança de paradigma. Espero que ele, incipiente, sirva de alguma inspiração futura para nos ajudar a compreender este período que tanto nos põe de cabeça para baixo, desnorreados.

Por fim, um estudo que não caberia no escopo deste, mas que igualmente poderia interessar é como a arte contemporânea reagiu à pandemia, como a pandemia modificou temas, técnicas e suportes da arte contemporânea. No recorte dos 100 primeiros dias, essa resposta acanhou-se, ainda que já tivesse brotado seu embrião.

...| 7 bibliografia

artigos

- MORAES, Juliana. "I would prefer not to: sobre o conceito de inoperosidade em Giorgio Agamben e a arte contemporânea". *In: Viso: Cadernos de estética aplicada*, v. 13, n° 24 (jan-jun/2019), p. 168-192.
- PROENÇA, Fernanda. "Museu: lugar de cultura, lugar de barbárie". *In: Viso: Cadernos de estética aplicada*, v. 14, n° 26 (jan-jun/2020), p. 302-342.
- THE ART NEWSPAPER. **Art's Most Popular: Exhibition and museum visitor figures 2019**. v. XXIX n. 322, abril 2020.
- ZINGONE, Michela. "Instagram as Digital Communication Tool for the Museums: a Reflection on Prospectives and Opportunities through the Analysis of the Profiles of Louvre Museum and Metropolitan Museum of New York". *In: European Journal of Social Science Education and Research*, v. 6, n. 3 (set-dez/2019), pp. 53-63.

livros

- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Tradução: Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.
- ALIX, Frédéric. **Penser l'art et le monde après 1945: Isidore Isou, essai d'archéologie d'une pensée**. 2015. Tese (Doutorado em História da Arte Contemporânea). Université Paris de Nanterre. Paris, 2015. 637 p.
- APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- AUSTIN, John L. **How to Do Things with Words**. Oxford: Clarendon Press, 1962.
- BACHELARD, Gaston. **La poétique de l'espace**. 3. ed. Paris: Les Presses universitaires de France, 1957.

- BENJAMIN, Walter. **The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media**. Cambridge: Belknap Press, 2008.
- BENNATO, Davide. **Sociologia dei media digitali**. Roma-Bari: Laterza, 2011.
- BENNETT, Tony. **The Birth of the Museum**. Nova York: Routledge, 1995.
- BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BUCCINI, Marcos. Introdução ao Design Experiencial. Recife: Edição do autor. 79 p. Disponível em: <https://www.academia.edu/8005778/Introdu%C3%A7%C3%A3o_ao_Design_Experiencial>, 2008.
- CANTON, Katia. **Do moderno ao contemporâneo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009a.
- _____. **Narrativas enviesadas**. São Paulo: Martins Fontes, 2009b.
- CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea: uma introdução**. Coleção Todas as Artes. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- CAVALLO, Marino & SPADONI, Federico. **I social network: Come internet cambia la comunicazione**. Milão: Franco Angeli, 2010.
- CRARY, Jonathan. **Técnicas do Observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- DELEUZE, Gilles. **Francis Bacon: the Logic of Sensation**. Londres/ Nova York: Continuum, 2003.
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?** 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010.
- DEWEY, John. **Art as experience**. 14. ed. Nova York: Capricorn Books, 1958.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante do tempo: história da arte e anacronismo das imagens**. Tradução: Vera Casa Nova, Márcia Arbex. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2015.

DUCHAMP, Marcel. **The writings of Marcel Duchamp**. Editado por Michel Sanouillet & Elmer Peterson. Nova York: Oxford Press, 1973.

GUCCIONE, Margherita (Org.). **Come sarà il museo del futuro?** Lezioni di museografia contemporanea. Roma: MAXXI, 2011.

HAN, Byung-Chul. **No enxame**: perspectivas do digital. Tradução: Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018.

_____. **Sociedade do cansaço**. Tradução: Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2015.

HORN, Robert. **Information Design**: Emergence of a New Profession. In: JACOBSON, Robert (Org.). Information design. Cambridge: The MIT Press, 1999.

KUNDERA, Milan. **A ignorância**. Tradução: Teresa Bulhões Carvalho da Fonseca. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIGHTMAN, Alan. **Sonhos de Einstein**. Tradução: Marcelo Levy. 1. ed. São Paulo: Companhia de Bolso, 2014.

LOVARI, Alessandro & MASINI, Maurizio. **Comunicação pública 2.0.**: Tecnologia, linguaggi, formati. Milão: Franco Angeli, 2008.

O'DOHERTY, Bryan. **Inside the White Cube**: the Ideology of the Gallery Space. São Francisco: The Lapis Press, 1986.

PARENTE, André. **Imagem-máquina**: a era das tecnologias do virtual. Organização de André Parente; tradução de Rogério Luz *et al.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

PONGE, Francis. **Métodos**. Tradução: Leda Tenório da Motta. Rio de Janeiro: Imago, 1997.

RIVA, Giuseppe. **I social network**. Bolonha: Il Mulino, 2010.

ROSA, Nereide S. S. & ROSA, Tatiane S. S. **Arte contemporânea no Brasil do final do século XX ao início do século XXI**. 1. ed. Rio de Janeiro: Pinakothek, 2015.

SOMMERER, Christa; JAIN, Lakhmi C. & MIGNONNEAU, Laurent. **The Art and Science of Interface and Interaction Design** (Vol. 1). Berlin: Springer, 2008.

relatórios

Ficha Técnica Pinacoteca de São Paulo. Disponível em: <<http://apacsp.org.br/wp-content/uploads/sites/5/2017/06/Ficha-T%C3%A9cnica-Pinacoteca-Outubro-2021.pdf>>. Último acesso: 12 de dezembro de 2021.

ICA Financials for Fiscal Years Ending June 30, 2020 and 2019. Disponível em: <http://annualreport.icaboston.org/2019-2020/19_20_finance/>. Último acesso: 12 de dezembro de 2021.

ICA Staff July 1, 2019–June 30, 2020. Disponível em: <http://annualreport.icaboston.org/2019-2020/19_20_staff/>. Último acesso: 12 de dezembro de 2021.

MoMA Consolidated Financial Statements June 30, 2019 and 2018. Disponível em: <https://www.moma.org/momaorg/shared/pdfs/docs/about/FY19_MoMA_ConsolidatedFinancialStatements.pdf>. Último acesso: 12 de dezembro de 2021.

Pinacoteca do Estado de São Paulo, Estação Pinacoteca, Pina Contemporânea e Memorial da Resistência (2018-2023). Disponível em: <<https://www.transparenciacultura.sp.gov.br/pinacoteca-do-estado-de-sao-paulo-estacao-pinacoteca-e-memorial-da-resistencia-2018-2023/>>. Último acesso: 12 de dezembro de 2021.

Relatório gerencial APAC 2019. Disponível em: <https://www.transparenciacultura.sp.gov.br/eesseers/2021/05/Relatorio_Gerencial_APAC_2019.pdf>. Último acesso: 12 de dezembro de 2021.

Relatório de Atividades 4º trimestre e consolidado anual de 2020, Associação Pinacoteca Arte e Cultura. Disponível em: <https://www.transparenciacultura.sp.gov.br/eesseers/2021/07/Relatorio_Atividades_Anual_2020_APAC_01_2018.pdf>. Último acesso: 11 de dezembro de 2021.

perfis do Instagram

Institute of Contemporary Art. <<https://www.instagram.com/icaboston/>>.

Museu de Arte Contemporânea da USP. <https://www.instagram.com/mac_usp/>.

Pinacoteca de São Paulo. <<https://www.instagram.com/pinacotecasp/>>.

The Museum of Modern Art. <<https://www.instagram.com/themuseumofmodernart/>>.

websites

ASSIS, Tatiane. Paulistana cria museu virtual com obras produzidas durante isolamento. *In: Veja São Paulo.* Julho de 2020. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/blog/arte-ao-redor/paulistana-cria-museu-virtual-com-obras-produzidas-durante-isolamento/>>. Último acesso: 12 de outubro de 2021.

BLYSTONE, Dan. The Story of Instagram: The Rise of the #1 Photo-Sharing Application. *In: Investopedia.* Disponível em: <<https://www.investopedia.com/articles/ investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

DEGE, Stefan. Oferta cultural online cresce em tempos de coronavírus. *In: Deutsche Welle.* Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/oferta-cultural-online-cresce-em-tempos-de-coronav%C3%A9rus/a-52863903>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

distância: uma seleção de vídeos e filmes do acervo da Pinacoteca: <<https://pinacoteca.org.br/programacao/distancia-uma-selecao-de-videos-e-filmes-do-acervo-da-pinacoteca/>>. Último acesso: 15 de dezembro de 2021.

GELI, Charles. Byung-Chul Han: “Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização”. *In: El País.* 7 fev 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html>. Acesso em: 4 set 2020.

GÜELL, Oriol. Europa subestimou o perigo do coronavírus. *In: El País.* Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/internacional/2020-05-19/europa-subestimou-o-perigo-do-coronavirus.html>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

ICA Mission. Disponível em: <<https://www.icaboston.org/about/mission>>. Último acesso: 10 de dezembro de 2021.

LANGE, Alexandra. Navigating the new MoMA. *In: Curbed.* 21 oct 2019. Disponível em: <<https://archive.curbed.com/2019/10/21/20924927/moma-reopening-review-building-design>>. Último acesso: 20 de novembro de 2020.

LINDE, Pablo. Europa prepara aplicativos de celular para rastrear infectados pelo coronavírus. *In: El País.* Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/ciencia/2020-04-15/europa-prepara-aplicativos-de-celular-para-rastrear-infectados-pelo-coronavirus.html>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

MASP. Sobre o MASP. Disponível em: <<https://masp.org.br/sobre>>. Último acesso: 4 de novembro de 2021.

MENDONÇA, Heloísa. Anvisa libera testes rápidos para coronavírus nas farmácias, mas médicos alertam que eles não são passaporte para deixar quarentena. *In: El País.* Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/brasil/2020-04-28/anvisa-libera-testes-rapidos-para-coronavirus-nas-farmacias-mas-medicos-alertam-que-eles-nao-sao-passaporte-para-deixar-quarentena.html>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

MoMA. MoMA history & Who we are. Disponível em: <<https://www.moma.org/about/who-we-are/moma-history>>. Último acesso: 15 de novembro de 2021.

ONFRAY, Michel. **La cène de l'art contemporain.** Conferência de 15 de julho de 2017 na Semaine de la philosophie au Zénith de Caen. Julho de 2017. Disponível em: <<https://michelonfray.com/conferences/la-cene-de-l-art-contemporain?autoplay=true&mode=video>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

Organização Mundial de Saúde. **Timeline:** WHO's COVID-19 response. Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline?gclid=CjwKCAjwps-75BRAcEiwAEiACMXyf_DABLeILZfLLbzMhnZE-S4HxjVpx-327RxGRQhoGL3OxOKaw7RxoC2rAQA-vD_BwE#event-97>.

----- WHO Director-General calls on G20 to Fight, Unite, and Ignite against COVID-19. Disponível em: <<https://www.who.int/news-room/detail/26-03-2020-who-s-director-general-calls-on-g20-to-fight-unite-and-ignite-against-covid-19>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

----- WHO announces COVID-19 outbreak a pandemic. Disponível em: <<https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/3/who-announces-covid-19-outbreak-a-pandemic>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

ORLANDO, Jordan. The Once and Future MoMA. *In: The New Yorker*. 26 jan 2020. Disponível em: <<https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/the-once-and-future-moma>>. Último acesso em: 20 de novembro de 2021.

Pinacoteca de São Paulo. Plano Museológico da Pinacoteca de São Paulo. Disponível em: <http://pinacoteca.org.br/wp-content/uploads/2019/08/Plano-Museo-1%C3%B3gico-da-Pinacoteca-de-S%C3%A3o-Paulo_2019.pdf>. Último acesso: 5 de novembro de 2021.

----- Sobre a Pinacoteca. Disponível em: <<http://pinacoteca.org.br/a-pina/7200-2/>>. Último acesso: 5 de novembro de 2021.

----- Uma coleção particular ? Arte contemporânea no acervo da Pinacoteca. Disponível em: <<https://pinacoteca.org.br/programacao/uma-colecao-particular-arte-contemporanea-no-acervo-da-pinacoteca/>>. Último acesso: 5 de novembro de 2021.

Pinacoteca do Estado de São Paulo / Paulo Mendes da Rocha + Eduardo Colonelli + Weliton Ricoy Torres. 10 Mai 2015. **ArchDaily Brasil**. <<https://www.archdaily.com.br/br/787997/pinacoteca-do-estado-de-sao-pau>

[lo-paulo-mendes-da-rocha](#)>. Último acesso: 3 de novembro de 2021.

TARMI, James. The MoMA Has Taken a 'Chainsaw' to Its Staff, Budget, and Exhibitions. *In: Bloomberg*. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-06/the-moma-has-taken-a-chainsaw-to-its-staff-budget-and-exhibitions>>. Último acesso: 10 de dezembro de 2021.

TAYLOR, Derrick Bryson. George Floyd Protests: A Timeline. *In: The New York Times*. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/article/george-floyd-protests-timeline.html>>. Último acesso: 21 de novembro de 2021.

glossário

curtir: verbo de acepção nova, criada por uso informal, que significa avaliar positivamente uma publicação ao tocar ou pressionar um botão.

Facebook: rede social em formato de aplicativo caracterizada pelo compartilhamento de fotos, imagens, vídeos e textos.

feed: composição em grade de imagem ou imagem + texto em que o que foi publicado mais recentemente aparece primeiro. Para acessar as publicações mais antigas, é preciso fazer um movimento de rolagem – gesto de dedo ou de mouse – para baixo.

filtro: conjunto de edições a foto pré-determinados por aplicativo de modo a deixá-la diferente do que foi capturado pela câmera digital.

hashtag: agregação de conteúdo via comando “# + texto” (exemplo: #ArteContemporanea).

Instagram: rede social em formato de aplicativo caracterizada por diversas funções de compartilhamento de fotos, imagens e vídeos.

reels: vídeos permanentes de até 60 segundos mais fáceis de serem descobertos por desconhecidos.

Snapchat: rede social em formato de aplicativo caracterizada pelo compartilhamento de fotos e vídeos curtos e efêmeros para usuários classificados como amigos ou conhecidos do indivíduo que a utiliza.

story: função de compartilhamento de fotos e vídeos curtos, de até 15 segundos, que são automaticamente apagados após 24 horas.

Tik Tok: rede social em formato de aplicativo caracterizada por vídeos curtos e permanentes disseminados por todos seus usuários no mundo.

