

MUSEUS DE ARTE BRASILEIROS E CONTEÚDOS DIGITAIS: UM OLHAR PARA O CENÁRIO PÓS-PANDÊMICO*

Jezabel Neubauer Katz

Resumo: O trabalho visa identificar atualizações e tendências nos formatos de conteúdos digitais disponibilizados nos sites de museus de arte brasileiros. A partir de uma abordagem qualitativa, foram analisadas oito páginas web em junho de 2023: MAM-SP, MAM-RJ, MAM-BA, MASP, MON, MARGS, Pinacoteca de SP e Instituto Inhotim. Em cinco delas, observam-se iniciativas que contribuem para uma maior integração das artes no cotidiano e, ao mesmo tempo, confirmam os impactos da pandemia na atuação *on-line* dos museus.

Palavras-chave: Arte. Internet. Sites de museus brasileiros. Conteúdos digitais.

BRAZILIAN ART MUSEUMS AND DIGITAL CONTENT: A LOOK AT THE POST-PANDEMIC SCENARIO

Abstract: The work aims to identify updates and trends in digital content formats available on websites of Brazilian art museums. Using a qualitative

* Artigo elaborado a partir de dissertação de mestrado, defendida em agosto de 2023 no Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGAV/UFRGS), que contou com o apoio da CAPES.

approach, eight webpages were analyzed in June 2023: MAM-SP, MAM-RJ, MAM-BA, MASP, MON, MARGS, Pinacoteca de SP, and Inhotim Institute. In five of them, there are initiatives that contribute to greater integration of art into everyday life and, at the same time, confirm the impacts of the pandemic on the online activities of museums.

Keywords: Art. Internet. Brazilian museum websites. Digital content.



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

Uma vez “mastigadas”, ou digitalizadas, essas informações podem ser compartilhadas e sintetizadas em qualquer lugar e a qualquer tempo, tornando-se acessíveis a quem estiver conectado à rede. É por isso que a cultura digital também é conhecida como cultura do acesso (Santaella, 2010).

Assim, se desde o seu surgimento a internet tem suscitado importantes debates sobre democratização da informação, estabelecendo seus próprios apocalípticos e integrados¹, com o avanço de tecnologias como a rede móvel e os dispositivos cada vez menores esse potencial democrático tem ampliado sua relação com a realidade. Isto posto, frente a uma sociedade globalizada e cada dia mais conectada, a presença *on-line* das instituições museológicas de arte já despontariam como interessante objeto de exploração e análise. No entanto, diante da crise sanitária provocada pelo covid-19 e da suspensão das atividades presenciais, os espaços culturais precisaram repensar com urgência as suas estratégias no meio para se manterem ativos. Sobre esse processo, Maria Amélia Bulhões comenta:

O quadro observado na pesquisa anteriormente à pandemia evidenciava muitas restrições do sistema da arte em relação ao uso da internet, que nas minhas hipóteses eram decorrentes de dois fatores combinados. As fricções que esta produção fazia em seus valores e suas práticas e o afastamento e o desinteresse destes artistas em relação ao sistema. Entretanto, o uso da internet como opção

¹ Termos aplicados por Umberto Eco em sua obra *Apocalípticos e Integrados* (1964) para designar duas perspectivas frente à cultura de massa, uma mais crítica e pessimista, outra mais otimista.

comunicacional durante o afastamento social inaugura novas condições que se manifestam em dois aspectos: antecipação e aceleração. Antecipação, porque observo que o avanço da internet no campo das artes visuais vinha lentamente se processando, a pandemia antecipou o que iria acontecer num futuro não muito distante. Aceleração, porque este processo está se implantando com uma rapidez enorme, e em pouco menos de três meses muitas modificações já se evidenciaram (Bulhões, 2020, p. 122).

A fim de manter o contato com seus públicos e patrocinadores durante esse período, “Uma diversificada gama de temas, abordados por especialistas dos mais distantes locais, foi disponibilizada por instituições museológicas que colocaram nelas o peso de sua credibilidade e reconhecimento no sistema da arte” (Bulhões, 2022, p.190). A proliferação de *lives*, conversas, palestras, oficinas e tantas outras atividades pôde ser percebida por todos aqueles que se mantiveram conectados, e também foi documentada nos relatórios anuais de museus como MAM-SP, MAM-RJ e MASP, conforme exposto abaixo (Figura 1). A partir desses materiais, é possível verificar os processos de antecipação e aceleração apontados por Bulhões, bem como acompanhar o número crescente de atividades comunicacionais e educacionais oferecidas pela internet e algumas métricas de participação e alcance.

“Em 2020, o museu precisou se reinventar, adaptando-se ao ambiente digital. O museu buscou dar continuidade à sua missão, conectando-se com seu público por meio da programação on-line #maspemcasa” (MASP, 2021, p. 1).

“Mudanças já planejadas foram aceleradas durante a pandemia, como o avanço digital da programação artística, a reestruturação organizacional e a requalificação de processos, espaços e métodos de trabalho” (MAM-RJ, 2021, p. 17).



“Em 2021, a programação do MAM Educativo se fortaleceu no ambiente virtual apostando em publicações audiovisuais, lives artístico-educativas nas redes sociais do museu, visitas virtuais, oficinas, encontros por videoconferência e realização de um festival inédito totalmente on-line” (MAM-SP, 2022, p. 59).
“Inicialmente realizados no espaço do museu, devido à pandemia de Covid-19 os programas foram reformulados para o ambiente virtual em 2020 e continuaram sendo executados dessa maneira em 2021. Se, por um lado, perdeu-se o contato direto com os visitantes, por outro, o museu conseguiu alcançar públicos de diferentes regiões do Brasil. Como resultado de uma experiência bem-sucedida, esses programas serão continuados e aprofundados em 2022” (MASP, 2022, p. 123).
“Desde o início de 2020, o museu respondeu ativamente ao desafio de conectar-se com o público de forma virtual, produzindo e adaptando conteúdos artísticos e educativos no intuito de cumprir seu papel de disponibilizar o alento que a arte oferece a corações e mentes que naquele momento estavam sendo afetados pela situação de emergência ocasionada pela pandemia” (MAM-SP, 2022, p. 10).
“Apenas três dias depois do fechamento, o MAM Rio lançou pela internet uma série de oficinas de artistas-educadores para inspirar crianças e adultos no longo período de confinamento que se seguiu. A internet não seria apenas um recurso de emergência, mas uma estratégia de programação, comunicação e de futuro, ampliando o alcance do museu e permitindo seu reposicionamento como uma instituição do presente” (MAM-RJ, 2021, p. 11-12).

Figura 1. Quadro com trechos sobre transformações digitais nos museus durante a pandemia.

Fonte: Relatórios anuais disponibilizados nos sites das instituições.

Além de manter “o engajamento do mundo das artes nestes tempos difíceis” (Bulhões, 2022, p. 191), as atividades oferecidas pelos museus em suas plataformas acabaram por fortalecer as conexões internas do campo (atores–atores, atores–instituições, instituições–instituições), afirmar a importância dos programas educativos e demonstrar novas possibilidades de interação com o público. Uma virada digital para as entidades de artes visuais nacionais, que comprova que elas podem sim atuar nesse ambiente (Bulhões, 2022). Reforça-se que:

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

À vista disso, o presente trabalho analisa um conjunto de sites de museus de arte brasileiros (Figura 2)², a fim de apurar atualizações e possíveis tendências nos conteúdos digitais disponibilizados nessas plataformas. A proposta considera o importante papel dos museus no sistema da arte contemporâneo – enquanto ponto de encontro de artistas, curadores, museólogos, públicos e diversos outros atores; as transformações que o digital têm provocado no cenário artístico e o caráter democrático do meio; e o potencial de tais páginas web para investigação, uma vez que elas funcionam como repositórios de ações e materiais produzidos pelas instituições culturais na contemporaneidade.

2 Foram critérios de seleção do *corpus* de análise: a) instituições tradicionais, com acervos de arte moderna ou contemporânea; b) que dispõem de um espaço expositivo físico; c) que possuem endereços eletrônicos próprios. Aponta-se que, apesar da intenção de investigar sites de diferentes regiões do Brasil, os parâmetros elencados restringiram a maioria dos museus localizados no Norte e Nordeste, pois há ali o predomínio de tipologias museais híbridas (arte, ciência, história, etnografia) e o uso recorrente de páginas dentro de sites de governos locais ou de universidades, que acabam limitando os recursos utilizados.



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

Figura 2. Quadro das instituições e sites selecionados para investigação. Fonte: Elaborado pela autora.

A pesquisa, de abordagem qualitativa, se baseia em análise de conteúdo e foi desenvolvida sob o ponto de vista de pesquisadora-usuária. Isto é, a partir dos materiais presentes ou divulgados nos sites selecionados (coletados em junho de 2023), sem contato direto com as instituições³. Assim, foi possível observar diferentes iniciativas, desde a disponibilização de catálogos e textos em formatos digitais – que contribuem muito para o compartilhamento de referências e ideias e fomentam debates importantes no mundo das artes – até a adoção de tecnologias que propõem maior interação e sensação de imersão – que são o foco deste artigo⁴.

CONTEÚDOS DIGITAIS PARA OUVIR

Para o sociólogo Manuel Castells (2015), o mundo conectado se projeta sobre oposições entre tempo cronológico e atemporalidade, permanência e efemeridade, passado e presente, justificadas por duas condições atuais e simultâneas: a compressão do tempo e a destruição das sequências

³ Desse modo, compreendem-se os limites da pesquisa e sua condição de acuracidade.

⁴ Diante de tal cenário, em constante desenvolvimento, destaca-se o pioneirismo da Pinacoteca de São Paulo ao criar uma seção intitulada *Conteúdos Digitais* no menu principal de seu site, opção que despertou interesse pela temática e inspirou esta pesquisa.

temporais. A primeira se relaciona à velocidade, explicitada na comunicação em tempo real e materializada em tecnologias cada vez menores e portáteis (notebook, tablet, celular), enquanto a segunda vincula-se à descontinuidade de narrativas possibilitada por meio do hipertexto. Uma prática comum, e que demonstra essa configuração veloz, é a condensação de diversas atividades em um mesmo intervalo de tempo – muito associada à ideia de produtividade do sistema capitalista e potencializada pelos novos dispositivos, plataformas e formatos de conteúdos.

Comumente, por ser a arte fortemente vinculada ao campo visual, as formas de entrar em contato com ela também o são. Entretanto, além dos tradicionais audioguias e das audiodescrições – fundamentais no âmbito da acessibilidade – começam a despontar outras propostas sonoras, podendo, inclusive, se estender para fora dos espaços expositivos. Na sequência são apresentados três exemplos.

1. *Playlists*. A Pinacoteca de São Paulo elaborou diversas *playlists* de músicas, cada qual pensada para uma determinada sala do acervo e seguindo um eixo temático: “Sala 11 – Conhecimento e dominação”; “Sala 12 – Terra como matéria”; “Sala 13 – Qualquer lugar”; “Sala 14 – Eu, tu e todos no mundo”; “Sala 15 – Sujeitos, afetos e desejos”; “Sala 16 – Corpo individual / Corpo coletivo”; “Sala 17 – Violência e resistência”; “Sala 18 – Um país inventado”; “Sala 19 – Corpo: metáfora social”. Essas nove seleções, que aparecem dentro da seção *Conteúdos Digitais* (Figura 3), fazem parte de um conjunto de 94 no total e colocam em diálogo música e artes visuais. Para acessá-las na íntegra, e também suas canções – apenas em prévia no site – é preciso utilizar a plataforma Spotify. Ou seja, aqui a página institucional funciona como meio de divulgação da iniciativa.

2. *Podcast*. Produzido a partir das falas de diferentes convidados (artistas, membros da equipe, especialistas) e da apresentação da atriz Bárbara Colen, o programa do Instituto Inhotim teve sua única temporada lançada no início de 2022. O interessante é que a abordagem tem foco em temas – conforme indicado nos nomes dos 6 episódios: “Tempo”, “Horizonte”, “Deslocamentos”, “Realidades”, “Sinestesia”, “Chão” – e as obras, a geografia e a botânica que compõem o lugar emergem gradualmente nas falas. Apesar de existir a opção de escuta via site, esta não foi possível por “falha no carregamento da mídia”. Contudo,



a temporada está disponível nas principais plataformas de áudio do mercado e no canal da instituição no YouTube, todos acessíveis por meio de hiperlinks. Ressalta-se que o *podcast* é um formato que tem apresentado bastante aceitação nos últimos anos, muito porque se pode ouvi-lo durante outras atividades (dirigir, correr, organizar a casa), mas também porque atende a variados gostos – há propostas de curta e longa duração, com tom engraçado, informativo, de bate-papo, narrativo etc. Essa liberdade pode representar uma oportunidade para as instituições artísticas descobrirem uma nova linguagem, talvez mais informal e divertida, que atraia e conecte ainda mais pessoas.

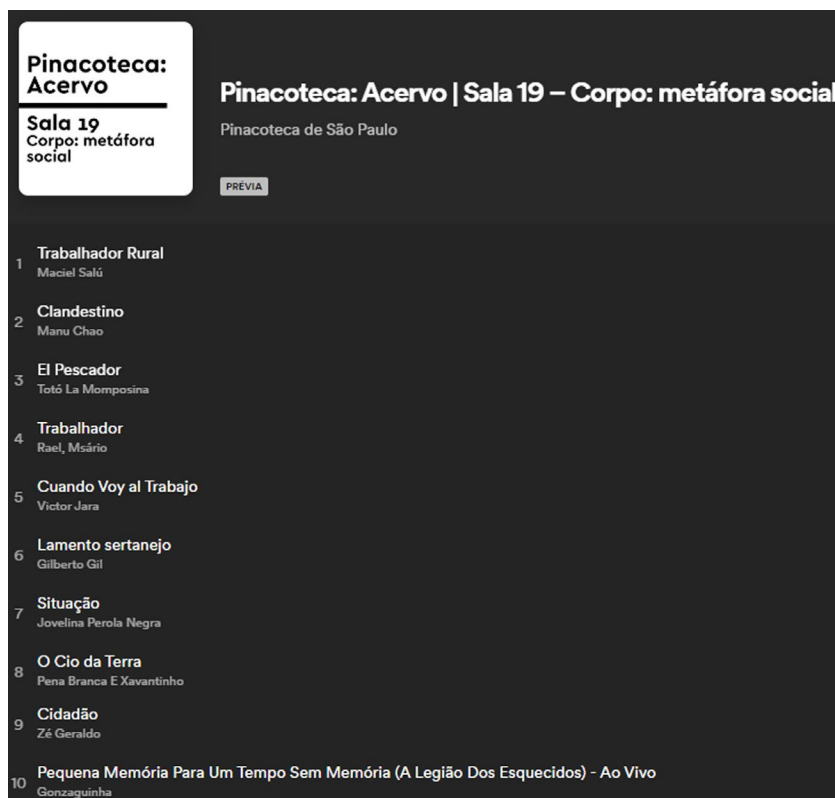


Figura 3. Detalhe de uma das *playlists* elaboradas pela Pinacoteca. Fonte: Captura de tela do site do museu em 24 jun. 2023.

3. Aplicativo para o celular. Dialogando com a proposta dos audioguias, o MASP Áudios (2019) dispõe de aproximadamente 170 gravações de curadores, artistas, professores, pesquisadores e crianças sobre 100 obras da coleção permanente do museu. O conteúdo é acessível gratuitamente e pode ser usado durante a visita presencial – basta apontar a câmera do celular para a obra para que o *app* faça seu reconhecimento e inicie a compilação – ou de modo independente, em qualquer lugar com internet. As informações sobre a iniciativa e de como fazer o seu download são encontradas facilmente via menu do site institucional, ou seja, aqui novamente o canal funciona como importante meio de divulgação. Uma vez no *app*, cujas telas principais estão adiante (Figura 4), cada página de obra apresenta um ou mais áudios, indicando autoria e tempo de duração. Além da opção de “favoritar” uma peça (clitando no ícone do coração na parte inferior), a plataforma oferece um recurso bastante interessante: de “roteiro”, através do qual o usuário pode ver seu percurso.

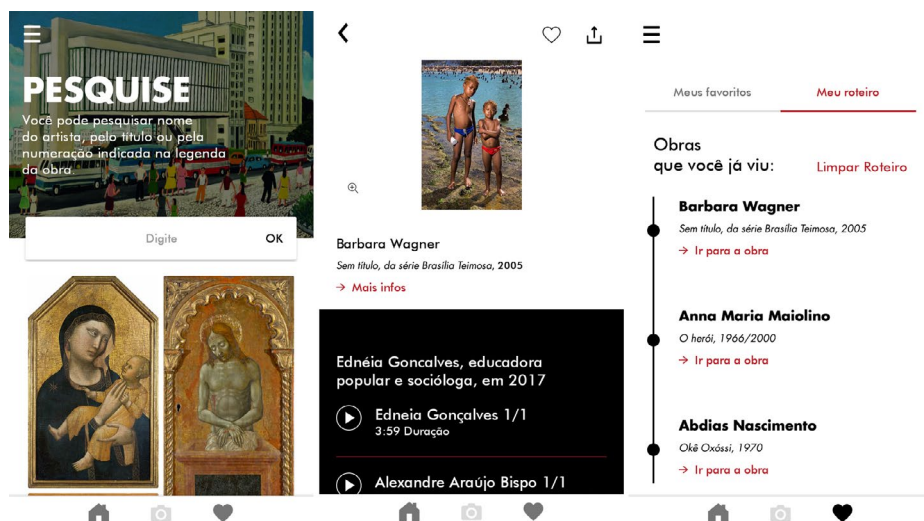


Figura 4. Telas de pesquisa, obra e roteiro do *app* MASP Áudios, respectivamente. Fonte: Capturas feitas no aplicativo em 26 jun. 2023.



Certamente os exemplos encontrados respondem a novos hábitos de consumo cultural na sociedade contemporânea, que tem ao alcance da palma da mão diversas opções de conteúdos e formatos. Assim, além das propostas de escuta, existe hoje uma tendência audiovisual fortíssima que, entre outros fatores, se relaciona à profusão de plataformas que supervalorizam a imagem (estática e em movimento). E os museus não escapam dessas transformações.

CONTEÚDOS DIGITAIS PARA VER E OUVIR

“Cada vez mais, os museus dependem de produções audiovisuais em seus canais como forma de diálogo com o público, divulgação de seus programas e criação de conteúdo” (MAM-SP, 2021, p. 95). Em geral, elas são publicadas em mais de uma plataforma, sendo que nos sites costumam estar presentes nas páginas de exposições, coleções ou mesmo em seções exclusivas, como visto com Inhotim (*Explore > Vídeos*) e Pinacoteca (*Conteúdos Digitais > Vídeos*). Normalmente elaborado pelos museus (com ou sem parcerias e patrocínios específicos), esses materiais abarcam formatos mais curtos para as redes sociais e mais longos para registrar atividades de formação (cursos, palestras, seminários), filmes institucionais, informações sobre acervos e mostras, entre outros. Uma vez que todos os sites analisados contaram com esse tipo de recurso, destaca-se aqui a proposta *AniMAM*, do Museu de Arte do Rio de Janeiro, que compreende dez curtas, se aproximando bastante do universo da arte digital.

Direcionada à primeira infância (de zero a seis anos), a série de filmes sobre arte moderna e contemporânea começou em 2020, no contexto da pandemia, e se transformou em um programa de formação em 2022. Visando o desenvolvimento de artistas independentes de música e animação e a colaboração na produção de obras audiovisuais para o museu, foram elaborados os vídeos: *Djanira*, *Anita Malfatti*, *Rubem Valentim*, *Ismael Nery*, *Abdias Nascimento*, *Fayga Ostrower*, *Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro*, *Hélio Oiticica*, *Wanda Pimentel* e *Maria*

Martins⁵. Na página destinada ao projeto no site da instituição (*Educação > Outros projetos > AniMAM*) constam mais informações sobre cada curta e, com exceção de um (*Djanira*) – que exibe apenas alguns *frames* –, eles podem ser assistidos ali mesmo.

Importante considerar que os espaços culturais pesquisados foram fundados a partir de um modelo eurocêntrico e extremamente tradicional, com acervos calcados em técnicas clássicas, como pintura, desenho, escultura, há pouco abertos à arte contemporânea e com pouquíssimos ou nenhum trabalho de net arte. Sendo assim, a iniciativa do MAM-RJ, ainda que pontual e delimitada, pode ser entendida como um pequeno passo em direção a essa produção.

CONTEÚDOS DIGITAIS PARA INTERAGIR

De modo geral, os materiais audiovisuais giram em torno de processos de percepção, interpretação, imaginação e aprendizagem. Visando outras formas de participação, mais interativas, aos poucos as instituições museológicas vêm ampliando sua oferta de conteúdos digitais. Conforme demonstram os exemplos a seguir, nessa linha encontram-se os jogos.

Primeiramente, apontam-se as atividades disponíveis no website da Pinacoteca (*Conteúdos Digitais > Jogos*) (Figura 5), entre as quais somente uma visa o ambiente off-line (*Pina Almanaque*). Chamam atenção no conjunto: *Retrato Esquisito* – na qual o usuário pode montar uma figura humana combinando partes de dez quadros do acervo (cabelos e testa, olhos, nariz, boca, pescoço) – e *Minha Obra* – que permite a criação de imagens utilizando-se planos de fundo (cores lisas ou trabalhos da coleção) e diversos elementos editáveis (personagens e objetos recortados de obras), disponibilizados pela instituição, conforme

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



indicado na sequência de telas da Figura 6. De modo semelhante à colagem, esses dois exercícios colocam o visitante na posição de autor, incentivando sua criatividade e experimentação. Ademais, pode-se adicionar uma camada de ação extra nas propostas da Pina: todas as imagens produzidas são passíveis de download e compartilhamento.

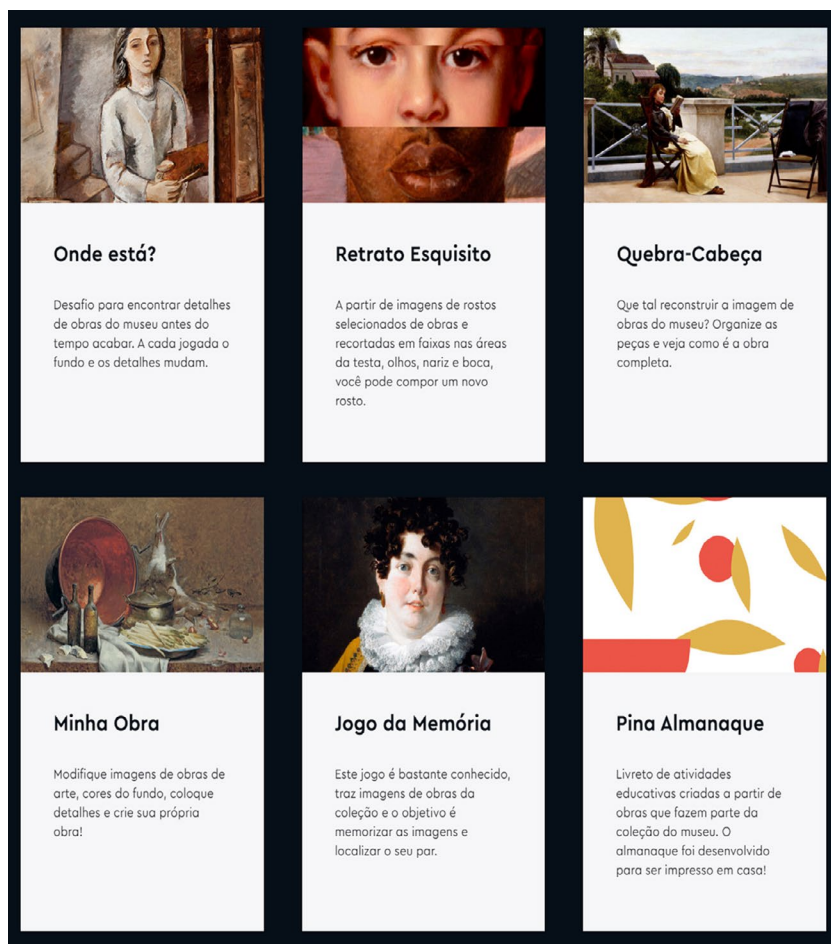


Figura 5. Jogos disponíveis no site da Pinacoteca. Fonte: Capturas de tela do site do museu em 26 jun. 2023.

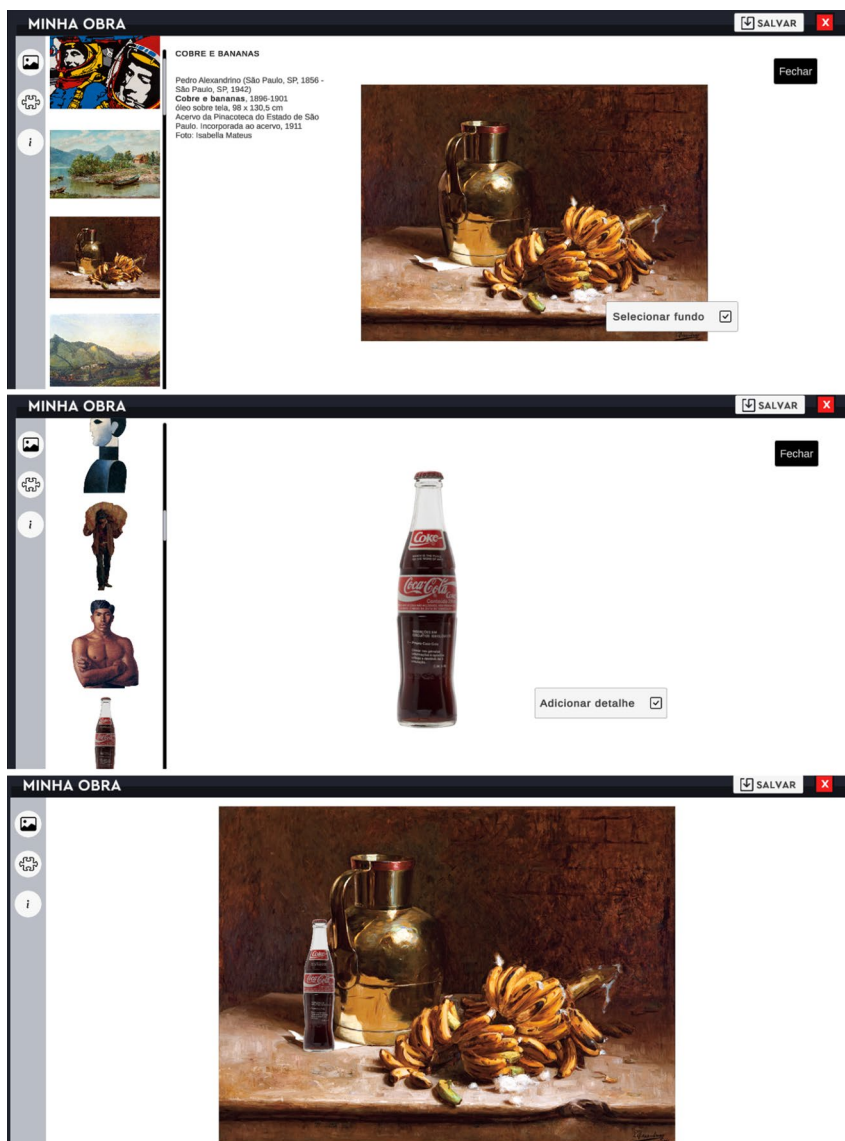


Figura 6. Sequência de telas jogando *Minha Obra*. Fonte: Capturas de tela da plataforma do jogo em 26 jun. 2023.



O próximo exemplo pode ser visto como ainda mais inovador, pois além de interativo, traz a sensação de imersão: *#mamnominecraft*. Minecraft é um jogo 3D extremamente popular, no qual os participantes interagem com um ambiente modificável, feito de blocos. Quer dizer, não há um único jeito de jogar, mas múltiplos. Em 2021, o MAM-SP criou o primeiro museu brasileiro na Education Edition – interface desenvolvida especialmente para o ambiente escolar –, em parceria com a Microsoft e a agência Africa. A iniciativa propicia um espaço virtual de engajamento com a instituição, por meio de reproduções de seus ambientes (internos e externos) e de obras do acervo compatíveis com a estética proposta. Além do MAM disponibilizar em seu site quatro atividades para a sala de aula, “O educativo do museu realizou formações, oficinas e visitas virtuais dentro e fora da plataforma jogo para professores, educadores, artistas, jogadores e interessados em geral em 18 encontros ao longo do ano” (MAM-SP, 2022, p. 71).

Independentemente da linguagem adotada, é inegável que os conteúdos on-line imprimem um alcance muito além do possível no espaço físico e possibilitam um acesso no tempo e no ritmo dos usuários. Por isso, iniciativas como essas apresentadas, que de forma alguma substituem a experiência presencial com as obras ou as instituições, são importantes para promover novas e mais formas de se relacionar com o mundo das artes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Computador e internet engoliram diferentes linguagens: texto, imagem, som e vídeo, acarretando transformações radicais nas relações sociais e nos processos de produção, distribuição e consumo. No mundo das artes, os passos para acompanhar essas mudanças foram dados lentamente até o isolamento social em decorrência do covid-19 impor um novo ritmo, provocando um boom de iniciativas digitais e a percepção de sua importância na manutenção da relevância social e institucional dos museus.

A aproximação entre arte e vida é, então, mediada e mediatizada, especialmente por materiais audiovisuais, que ao mesmo tempo em que reforçam a compressão temporal (possibilidade de realização de diversas

tarefas simultaneamente), propiciam outros espaços de recepção e interação artísticas (casa, carro, trabalho, rua). Nessa perspectiva, de disponibilidade e tempo atemporal, encontram-se os diversos formatos de conteúdos produzidos e/ou ofertados nas páginas web dos museus, como *podcasts* (Inhotim), *playlists* (Pina), aplicativos (MASP), animações (MAM-RJ) e jogos (Pina, MAM-SP). Iniciativas que, além de contribuir para aproximar as artes do dia a dia, testemunham a tentativa das instituições culturais de acompanhar as tendências contemporâneas e explicitam a importância de seus programas educativos.

Destaca-se que a maioria dos exemplos apresentados foi elaborada ou executada durante a pandemia, reforçando esse momento como catalisador na relação museus-internet. Entretanto, observa-se a ausência de propostas digitais mais inovadoras nos sites das instituições localizadas fora da região Sudeste do país (MARGS, MON, MAM-BA), o que pode estar relacionado, entre outros fatores, à disparidade de recursos técnicos e financeiros nos espaços culturais brasileiros.

Atenta-se ainda para a continuidade das atividades, afinal, o que foi implementado e demonstrou resultados positivos, seguirá fazendo parte da programação? Olhando para os dados de participação e alcance das proposições na rede, que surpreenderam positivamente os museus (conforme mencionado nos relatórios publicados por alguns deles), quantos e quais projetos estão sendo desenvolvidos para seguir aproveitando tais oportunidades? É importante que não se retorne à parca atuação de antes e que se estabeleça um ritmo constante de produção e exploração do meio.

O fato é que a cibercultura mudou os hábitos de consumo da sociedade contemporânea, que demanda atualizações do campo artístico para que ele possa fazer parte do seu cotidiano: hiperconectado e veloz. Isso posto, frente à superação da dicotomia entre real e virtual e do mito da substituição, reforça-se que o debate atual se dá em torno de atuações híbridas (on e off-line), as quais podem ser pensadas para promover formas mais plurais e inclusivas no mundo da arte.



REFERÊNCIAS

BULHÕES, Maria Amélia. Museus de arte, das práticas coloniais aos desafios da virada digital. **MODOS**: Revista de História da Arte, Campinas, SP, v. 6, n. 2, p. 179-200, mai. 2022. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/mod/article/view/8668410>. Acesso em: 10 out. 2022.

BULHÕES, Maria Amélia. O ciberespaço como lugar de produção artística. **dat journal**, São Paulo, v. 5, n. 3, p. 113-125, out. 2020. Disponível em: <https://datjournal.anhembi.br/dat/article/view/244/195>. Acesso em: 29 jan. 2021.

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

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

LEMONS, André; LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO. **Relatório anual de 2020**. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2021. Disponível em: <https://mam.org.br/wp-content/uploads/2021/07/2021-07-22-mam-ra-digital-compactado.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

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

MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO ASSIS CHATEAUBRIAND. **Relatório anual de atividades MASP 2020**. São Paulo: MASP, 2021. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/about-governance-items/IdLml5FhbcxYxoM8l2IEDs8KZszlnhHW.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO ASSIS CHATEAUBRIAND. **Relatório anual de atividades MASP 2021**. São Paulo: MASP, 2022. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/about-governance-items/IdLmI5FhbcxYxoM8I2IEDs8KZszInhHW.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

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

MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO. **Relatório de atividades 2020**. Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna, 2021. Disponível em: <https://mam.rio/wp-content/uploads/2021/09/MAMRelatoriodeAtividades-2020.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

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

Jezabel Neubauer Katz é Mestre em Teoria, História e Crítica de Arte pelo PPGAV/UFRGS e graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, com láurea acadêmica, pela mesma universidade. Realizou intercâmbio nas áreas de Artes e Gestão Cultural na Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), Argentina (2018/1), e foi mediadora cultural na Fundação Iberê Camargo (2018-2019). Transita pelas áreas de comunicação, artes e museologia, com especial interesse na relação entre museus e internet, tema de suas pesquisas.

